



أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

دراسة تطبيقية على شركة ألبا هاوس في الأردن

The Impact of Strategic Information Characteristics on Achieving Strategic Agility and the Role of Competitive Capabilities as Moderating Variable

An Empirical Study on Elba House Company in Jordan

إعداد

نور محمد سالم الزين

401110176

إشراف

الأستاذ الدكتور

محمد عبد العال النعيمي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

إدارة الأعمال

قسم إدارة الأعمال

كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط

2013 م


تفويض

أنا الموقع أدناه "نور محمد سالم الزين" أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من

رسالتي المنظمات الجامعية أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص المعنيين بالأبحاث والدراسات

العلمية عند طلبها.

الاسم: نور محمد سالم الزين

التوقيع: 

التاريخ: 20 / 5 / 2013 م

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها:

أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل: دراسة تطبيقية على شركة ألبا هاوس في الأردن

وأجيزت بتاريخ 2013 / 5 / 12 م

التوقيع	الجامعة	أعضاء لجنة المناقشة
	الشرق الأوسط	رئيساً الأستاذ الدكتور كامل محمد المغربي
	الشرق الأوسط	مشرفاً الأستاذ الدكتور محمد عبد العال النعيمي
	اللقاء التطبيقية	عضواً خارجياً الدكتور خليل أحمد الحيارى

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، و أفضل الصلاة و أكمل التسليم على محمد خاتم النبيين
وعلى اله وصحبه أجمعين " وقل رب زدني علماً "
أتشرف بأن أقدم إليكم ثمرة جهدي المتواضع بفضل ما علمني وأكرمني به الله
عزوجل وما هياهُ الله لي من عون.

وعرفاناً مني بأصحاب الفضل ... أتقدم بجزيل الشكر وعظيم التقدير والامتنان إلى
الأستاذ الدكتور محمد عبد العال النعيمي المشرف على رسالتي، صاحب القلب الحاني،
واليد المعطاءة، والعقل النير والخبرة الواسعة، والنفس المتواضعة، الذي لم يبخل علي
بنصائحه العلمية القيمة، وتوجيهاته السديدة، الذي منحني من وقته وجهده الكثير، مما
كان له أكبر الأثر في إنارة دربي وإرشادي إلى ما فيه الصواب، وتمكينني من إتمام هذه
الدراسة، التي رعاها من البداية، إلى أن خرجت بالشكل الذي هي عليه الآن.
واعترافاً بالفضل يُسعدني أن أتقدم بعظيم الشكر والامتنان إلى كافة الأخوة
والأصدقاء الذين ساندوني.

والله ولي التوفيق

الإهداء

أيام مضت من عمري بدأتها بخطوة وها أنا اليوم أقطف ثمار جهدي وسهري مسيرة أعوام كان هدفي فيها واضحا وكنت أسعى في كل يوم لتحقيقه والوصول له مهما كان صعبا وها أنا اليوم أفق أمامكم وقد وصلت ويدي شعلة علم وسأحرص كل الحرص عليها حتى لا تنطفئ وأشكر الله أولا وأخيراً على أن وفقني وساعدني على ذلك.

إلى من أمرني الله بطاعتهم ...

إلى أبي العزيز ... أبي الحبيب ... أبي الحنون ... أبي المعطاء

وإلى من علمني أن أفق وكيف أبدأ الألف ميل بخطوة إلى من علمني الصعود وعيناه تراقبني ... قدوتي الأولى و نبراسي الذي ينير دربي ... إلى من أعطاني و لم يزل يعطيني بلا حدود ... إلى من رفعت رأسي عالياً افتخاراً به.

إلى أمي الغالية حبيبة قلبي ...

التي رآني قلبها قبل عينها وحضنتني أحشائها قبل يدها ...

إلى القلب الحنون من كانت بجانبني بكل المراحل التي مضت وكانت شمعة تحترق لتتير دربي إلى رفيقة دربي وشريكة سلمى وحربي ... إلى من زادت لي الدنيا جمالا ... إلى أختي وصديقتي وأغلى إنسانة في الوجود على قلبي ... إلى من أبدلت حزني بفرح ... إلى من تفهمني من نظرة عين ... إلى من تحملت غضبي وقلقي و مزاجيتي دون مقابل ... إلى توأم روحي ... أختي غدير ...

إلى إخواني وأخواتي و عائلتي ... الذين كان لهم دوراً كبيراً بمساندتي للوصول إلى ما أنا عليه اليوم ... الذين ساهموا بصنع ذكريات جميلة ترسم لي حاضراً دافئاً ومستقبلاً آمناً.

أصدقائي وأحبتني ومن سهروا معي في مسيرتي العلمية ... إلى من مدوا أيديهم البيضاء في ظلام الليل وكانوا عوناً لي وساندوني ... وقضيت معهم أجمل أيام حياتي لحظات لا تنسى.

أشكركم بكل ماتحملة كلمة شكر ... أشكركم ينطقها قلبي على لساني ... أشكركم كلمة

تعني لي الكثير وتحمل من الشعور الكثير.

تخونني كل عبارات الشكر في تقديم مايليق بكم لن أنسى الفضل ولن أنساكم ابداً.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ج	تفويض
د	قرار لجنة المناقشة
هـ	شكر وتقدير
و	الإهداء
ز	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ط	قائمة الأشكال
ي	قائمة الملاحق
ق	الملخص باللغة العربية
ص	الملخص باللغة الإنجليزية
1	الفصل الأول الإطار العام للدراسة
2	(1-1): المقدمة
4	(2-1): مشكلة الدراسة وأسئلتها
5	(3-1): أهمية الدراسة
6	(4-1): أهداف الدراسة
7	(5-1): فرضيات الدراسة
10	(6-1): أنموذج الدراسة
12	(7-1): حدود الدراسة
13	(8-1): محددات الدراسة
13	(9-1): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
15	الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة
16	(1-2): المقدمة
17	(2-2): المعلومات الإستراتيجية
25	(3-2): القدرات التنافسية
28	(4-2): الخفة الإستراتيجية
36	(5-2): شركة ألبا هاوس
38	(6-2): الدراسات السابقة العربيّة والأجنبيّة
48	(7-2): ما يميّز الدّراسة الحاليّة عن الدّراسات السابقة
49	الفصل الثالث الطريقة والإجراءات
50	(1-3): المقدمة
50	(2-3): منهج الدّراسة
50	(3-3): مجتمع الدّراسة وعيّنتها
51	(4-3): المتغيّرات الديمغرافية لأفراد عيّنة الدّراسة
56	(5-3): أدوات الدّراسة ومصادر الحصول على المعلومات
58	(6-3): المعالجة الإحصائيّة المستخدمة
60	(7-3): صدق أداة الدّراسة وثباتها

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
62	الفصل الرابع النتائج واختبار الفرضيات
63	(1-4): المقدمة
63	(2-4): تحليل نتائج الدراسة
80	(3-4): اختبار فرضيات الدراسة
112	الفصل الخامس الاستنتاجات والتوصيات
113	(1-5): المقدمة
113	(2-5): النتائج
115	(3-5): الاستنتاجات
117	(4-5): التوصيات
118	قائمة المراجع
119	أولاً: المراجع العربية
123	ثانياً: المراجع الأجنبية
129	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل – الجدول
51	عدد الإستبانات الموزعة والمسترجعة والصالحة للتحليل	1 – 3
52	يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير العمر	2 – 3
52	يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير الجنس	3 – 3
53	يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير المؤهل العلمي	4 – 3
54	يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير التخصص العلمي	5 – 3
54	يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير عدد سنوات الخبرة	6 – 3
55	يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير المركز الوظيفي	7 – 3
61	معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)	8 – 3
64	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم α ومستوى دقة المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن	1 – 4
67	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم α ومستوى تكاملية المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن	2 – 4

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل – الجدول
69	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم أ ومستوى تجانس المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن	3_4
70	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم أ ومستوى المرونة في إبداع المنتج في شركة ألبا هاوس في الأردن	4_4
73	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم أ ومستوى الجودة في شركة ألبا هاوس في الأردن	5_4
74	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم أ ومستوى إعتمادية التسليم في شركة ألبا هاوس في الأردن	6_4
76	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم أ ومستوى السعر التنافسي في شركة ألبا هاوس في الأردن	7_4
79	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم أ ومستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس في الأردن	8_4
80	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	9_4

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل – الجدول
82	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	10_4
84	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	11_4
86	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	12_4
88	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) على القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	13_4
90	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن	14_4

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل – الجدول
92	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن	15_4
94	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن	16_4
96	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل	17_4
99	نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر لخصائص المعلومات الإستراتيجية مجتمعة في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل	18_4
100	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل	19_4

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل – الجدول
103	نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل	20_4
104	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل	21_4
107	نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل	22_4
108	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل	23_4
111	نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل	24_4

قائمة الأشكال

الصفحة	الموضوع	الفصل – الشكل
11	أنموذج الدراسة	1_1
32	تحول الخفة إلى جمود بمرور الوقت	1_2
33	الأسباب الكامنة وراء اعتماد خفة الحركة الإستراتيجية من قبل منظمات الأعمال في الوقت الحاضر	2_2
35	الموقع الذي تكون فيه خفة الحركة الإستراتيجية ضرورة قصوى	3_2

قائمة الملاحق

الصفحة	الموضوع	رقم الملاحق
130	أسماء السادة محكمي أداة الدّراسة (الإستبانة)	1
131	أداة الدّراسة (الإستبانة)	2

المُلخَصُ بِاللُّغَةِ الْعَرَبِيَّةِ

أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور

القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

دراسة تطبيقية على شركة ألبا هاوس في الأردن

إعداد

نور محمد سالم الزين

إشراف

الأستاذ الدكتور

محمد عبد العال النعيمي

هدفت الدراسة إلى بيان أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل في شركة ألبا هاوس في الأردن. وقد تكون **مجتمع الدراسة** من كافة العاملين في شركة ألبا هاوس الأردن في كل المواقع التابعة لها. أما **عينة الدراسة** فقد شملت كافة المديرين ورؤساء الاقسام ومشرفي الإنتاج العاملين في شركة ألبا هاوس الأردن والمواقع التابعة لها وألبالغ عددهم (72) فرداً. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم **المنهج الوصفي التحليلي**، وتم استخدام الأسلوب التطبيقي، لجمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات من خلال **استبانة** استخدمت كأداة رئيسة لجمع المعلومات في مجال متغيرات الدراسة والتي تكونت من (44) فقرة. ولتنفيذ الدراسة تم استخدام العديد من **الوسائل والأساليب الإحصائية** كان من أبرزها: المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وإختبار T لعينة واحدة، وتحليل الانحدارين المتعدّد

- ف -

والبسيط وتحليل المسار. وبعد إجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة وفرضياتها توصلت الدراسة إلى عدد من **النتائج** أبرزها: وجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. ووجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) على القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. ووجود تأثير ذي دلالة معنوية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وقد **أوصت** الدراسة بضرورة اعتماد نظام المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس وذلك للدور الإستراتيجي لمخرجاته والمتمثلة بالمعلومات الإستراتيجية وما تتمتع به هذه المعلومات من خصائص تساهم بشكل كبير في عملية صنع القرارات.

ABSTRACT

The Impact of Strategic Information Characteristics on Achieving Strategic Agility and the Role of Competitive Capabilities as Moderating Variable

An Empirical Study on Elba House Company in Jordan

Prepared by

Nour Mohammad Salem AL-Zaben

Supervisor

Prof. Mohammad AL- Nuaimi

The study aimed to investigate the impact of Strategic Information Characteristics on Achieving Strategic Agility and the Role of Competitive Capabilities as Moderating Variable in Elba House Company in Jordan. *The study population* consists of all employees working in Elba House Company in Jordan. The *study sample* includes (72) employees working for the company in all positions; managers, Head of Section and Production Supervisors. The *descriptive analytical method* was implemented to achieve the objectives of the study through a *questionnaire* that consists of (44) sections used to collect information needed to take account of all study variables. For the process of evaluating and analyzing the data some important statistical procedures and methods were implemented such as the arithmetic Mean, standard deviation, one sample T-test, multiple, simple Regression and path analysis.

Upon all the compiled investigation and data analysis we mentioned previously the study achieved the following conclusions:

1. There was a significant impact of Strategic Information Characteristics in Achieving Strategic Agility to Elba House Company in Jordan at level ($\alpha \leq 0.05$).
2. There was a significant impact of Strategic Information Characteristics on Competitive Capabilities to Elba House Company in Jordan at level ($\alpha \leq 0.05$).
3. there was a significant impact of Strategic Information Characteristics in Achieving Strategic Agility to Elba House Company in Jordan under Competitive Capabilities as Moderating Variable at level ($\alpha \leq 0.05$).

The study *recommended* the importance of approving and applying strategic information system in Elba House to the strategic role of its outputs that represent strategic information and these information Characteristics will contribute effectively to the decision-making process in the future.

الفصل الأول الإطار العام للدراسة

- (1 - 1) : المقدمة .
- (2 - 1) : مشكلة الدراسة وأسئلتها .
- (3 - 1) : أهمية الدراسة .
- (4 - 1) : أهداف الدراسة .
- (5 - 1) : فرضيات الدراسة .
- (6 - 1) : أنموذج الدراسة .
- (7 - 1) : حدود الدراسة .
- (8 - 1) : محددات الدراسة .
- (9 - 1) : التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة .

(1 - 1): المقدمة

تعد عملية انسياب المعلومات ذات أهمية كبرى لحياة وأعمال المنظمة، حيث أن هناك حاجة في عالمنا المعاصر إلى حصول المؤسسات على المعلومات الدقيقة والكافية في الوقت المناسب وهذا الأمر لم يكن بهذه الأهمية سابقاً، وعلى الرغم من أهمية المعلومات بالنسبة للمنظمة بعد العنصر الإنساني، إلا أن هناك مشكلة تواجه المديرين تنجم عن الكم الهائل من البيانات التي تصل للإدارة مما يجعل عملية الاستفادة منها وتنظيمها وعرضها صعبة ومستنزفة للجزء الأكبر من الوقت مما يدعو إلى ضرورة وضع تنظيم يعمل على إدارة المعلومات وتقديمها بشكل ملائم ودقيق وبكمية وتوقيت مناسبين (الراشدي، 2011: 1).

وبسبب الاهتمام المتزايد في أنظمة المعلومات الإدارية دفع الكثير من علماء الإدارة بتكثيف البحث في هذا الموضوع وتقييمه لكونهم ينظرون إلى هذه النظم على أنها وسيلة فعالة لتحقيق أهداف المنظمة بأسرع وقت وبأقل جهد، وكذلك لأنها نظم رقابة للعمليات وتهيئة المعلومات المطلوبة لكافة مستويات الإدارة، إذ إن مفهوم نظم المعلومات الإدارية من المصطلحات العلمية الشائعة الاستخدام في الوقت الحاضر، وله مدلولات علمية مختلفة، والذي يتضمن مجموعة من الأفراد والمعدات والبرامج وشبكات الاتصالات وموارد البيانات التي تقوم بتجميع وتشغيل وتخزين وتوزيع المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات والتنسيق والرقابة داخل المنظمة (الهادي، 2001: 94 – 101).

ونتيجة لعدم القدرة على إخفاء الدور الإستراتيجي للمعلومات لكونها إحدى الموارد المهمة للمنظمات، لذا لا بد من أن يتم استخدام خصائص هذه المعلومات وخصوصاً الإستراتيجية منها بطريقة يمكن من خلالها للمنظمة بناء قدرات ديناميكية متنوعة تساعد في مواجهة التغيير البيئي من

خلال خفة الحركة الإستراتيجية بوصفها القدرة على إدراك والحصول على المزايا التي تتيحها الفرص البيئية من خلال تخطيط وتنفيذ التغيير القريب والبعيد الذي يحدث في أنشطة منظمات الأعمال بشكل سريع وفاعل وبالشكل المطلوب (Ojha, 2008: 28). ونظراً، لإتخاذ نظريات أداء الأعمال مرجعيات متعددة بعضها تسويقي والآخر إستراتيجي والبعض الآخر منها تنافسي. وأخذت النظرة الحديثة للنجاح التنظيمي منحى جديداً يعتمد على القدرات الموجودة في المنظمة التي يصعب تقليدها (Banerjee, 2003: 254) ، والتي من المفترض على المنظمات أن توازن وتختار مستوى تفوقها في أية قدرة بالإعتماد على قدراتها التنافسية (بالمقارنة مع المنافسين) لتلبية إحتياجات ومتطلبات متعاملها. بعبارة أخرى، فإنه يتوجب على المنظمات أن تمتلك مجموعة من الفلسفات والقدرات وخصوصاً التنافسية منها التي تعمل سويماً لتمكين المنظمة للتوجه المستمر نحو الفرص الجديدة التي تظهر في بيئة الأعمال.

وعليه، إعتبر (Ljungquist, 2008: 82) القدرات بأنها أحد الموارد الإستراتيجية التي تتضمن الإدارة الفطنة، ومعرفة السوق، ومهارة التعامل مع ثقافات متنوعة. إذ أن قدرات المنظمات النموذجية تتضمن عرض مبتكر بهدف إشباع إحتياجات المستهلكين، وعمليات فعالة وكفؤة من أجل إيجاد عروض قيمة، وإسم تجاري يساعد في إستمالة عقل وعاطفة المستهلك (Dess, et. al, 2006: 255-256).

وعليه، يبقى التساؤل المطروح هنا هو: " كيف يمكن لمتخذي القرارات في المنظمات الصناعية القيام بإستغلال المعلومات الإستراتيجية والقدرات التنافسية التي تمتلكها في تحقيق خفة الإستراتيجية بطريقة تضمن لها البقاء والنمو على المدى البعيد؟".

وبذلك تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل في شركة ألبا هاوس الأردن.

(1-2) : مشكلة الدراسة وأسئلتها

تواجه شركة ألبا هاوس ظروفًا تمتاز بالتسارع الشديد والمستمر الناتجين عن التغيير السريع في بيئتها الخارجية، وهو ما يستلزم من هذه الشركة الإستفادة من عمليات المسح البيئي التي تجريها للحصول على معلومات ذات قيمة عالية لتحقيق أهدافها على المدى البعيد. هذا بالإضافة إلى حاجتها لإجراء تغييرات إستراتيجية تمكنها من مجاراة حاجات ومتطلبات المتعاملين، مضافاً إليه الأخذ بنظر الإعتبار قدرات المنافسين. إذ أن قدرات المنظمات التنافسية بإختلافها على كافة المفاصل وبمختلف مضامينها تؤثر على أعمال ونشاطات شركة ألبا هاوس.

ونتيجة لذلك تطلب الأمر من شركة ألبا هاوس تأطير مجموعة متميزة من القدرات التنافسية تنفرد فيها لتشكّل لها مزايا في تحقيق خفة الحركة الإستراتيجية بإعتبارها المدخل المُعبر عن توقع التغييرات الإستراتيجية في البيئة المحيطة بها، والإستجابة لهذه التغييرات بما يحقق لها البقاء والنمو على المدى البعيد.

وعليه، فإنه يمكن تمثيل مشكلة الدراسة الحالية بإثارة الأسئلة الرئيسة التالية في محاولة الإجابة عليها في الجانب التطبيقي، وكما يلي:

1. هل هناك أثر لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن؟.

2. هل هناك أثر لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) على القدرات التنافسية (المرونة في إبداع المنتج ؛ الجودة ؛ إعتماوية التسليم ؛ السعر التنافسي) لشركة ألبا هاوس الأردن؟
3. هل هناك أثر لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل (المرونة في إبداع المنتج ؛ الجودة ؛ إعتماوية التسليم ؛ السعر التنافسي)؟

(1-3)؛ أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من كونها ستساهم بما يأتي:

1. تلبية حاجة شركة ألبا هاوس لإستثمار المعلومات الإستراتيجية الناتجة عن عملية المسح البيئي بما يعزز من قدراتها التنافسية في ظل بيئة اللاتأكد والإضطراب.
2. تسليط الضوء على ماهية القدرات التنافسية في شركة ألبا هاوس ومساهمتها في تحقيق الأهداف على المدى البعيد.
3. تركيز إدارة شركة ألبا هاوس على قدراتها وخصوصاً التنافسية منها لما لها من تأثير على تحقيق البقاء والنمو على المدى البعيد.
4. المساهمة في تطوير آلية عمل شركة ألبا هاوس والحفاظ على استمراريتهما لما في ذلك من منفعة عامة.

5. تسهم هذه الدراسة في فتح آفاق لبحوث أخرى تتناول المعلومات الإستراتيجية والقدرات التنافسية والخفة الإستراتيجية والإهتمام بها وصولاً لتحقيق الأهداف الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس.

6. تقديم توصيات عملية تخدم في ضمان نجاح شركة ألبا هاوس من خلال استثمار مضامين المعلومات الإستراتيجية والقدرات التنافسية التي تمتلكها.

(1-4): أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى بيان أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية في شركة ألبا هاوس الأردن، وذلك من خلال:
1. التعرف على أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن.
 2. بيان أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن.
 3. التعرف على أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل.

(1-5): فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى H_{O1}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. يشترك منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى H_{O1-1}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الفرعية الثانية H_{O1-2}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الفرعية الثالثة H_{O1-3}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الرئيسية الثانية H_{O2}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. يشتق منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى H_{O2-1}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الفرعية الثانية H_{O2-2}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الفرعية الثالثة H_{O2-3}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الرئيسية الثالثة HO₃

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). يشترك منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى HO₃₋₁

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الثانية HO₄₋₂

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الثالثة HO₄₋₃

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

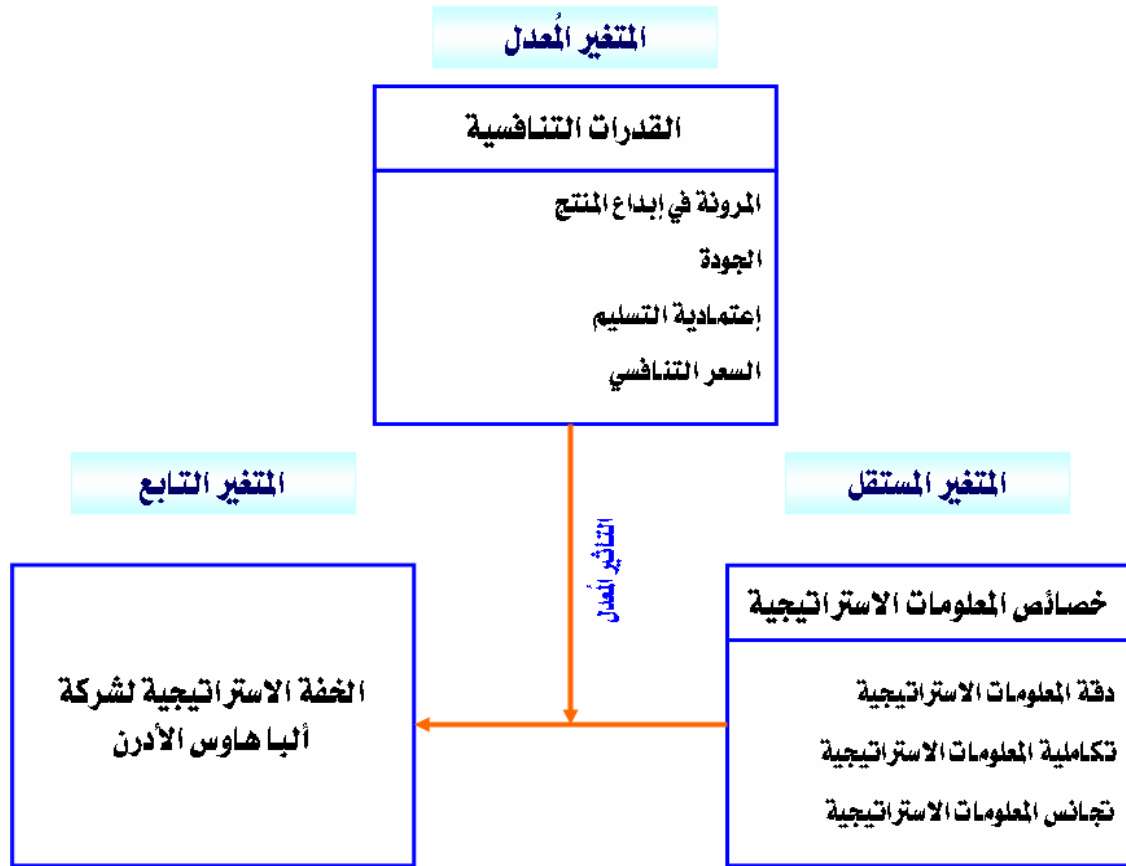
(1-6): أنموذج الدراسة

إذ يظهر الشكل (1-1) والذي يمثل أنموذج الدراسة الحالية بإعتبار أن خصائص المعلومات الإستراتيجية تمثل المتغير المستقل، وأن الخفة الإستراتيجية تمثل المتغير التابع، فيما تمثل القدرات التنافسية المتغير المعدل.

إذ يقصد بالمتغير المعدل *Moderator Variable*، المتغير الذي يظهر أثره عندما تتنوع قوة أو وجهة العلاقة بين متغيرين كوظيفة لتواجده. فالمتغير المعدل ليس بحاجة إلى التأثير على المتغير الناتج *Outcome Variable*، ولكنه بالأحرى يمثل مجموعة من الظروف تخفف أو تعدل من العلاقة بين متغيرين أو أكثر (Cole & Turner, 1993).

وقد عرف (عبد الحميد وكفافي، 1992: 2223) المتغير المعدل *Moderator Variable* بأنه المتغير الذي لا يتصل بالمتغير المقاس أو المتغير المحك ولكنه لا يزال فاعلاً في معادلة الانحدار بسبب علاقاته الهامة بالمتغيرات المنبئة الأخرى.

وقد لجأت الباحثة في تحديد خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة : التكاملية : التجانس) بالإستناد إلى الخصائص المحددة من قبل (الطائي والخفاجي، 2009). أما ما يرتبط بتحديد أبعاد القدرات التنافسية فقد لجأت الباحثة للإعتماد على ما حدده كلٌّ من (Koufteros, et.al, 2002 ؛ Kristal, et.al, 2010 ؛ Bustinze, et.al, 2010) وهي (المرونة في إبداع المنتج : الجودة : إعتمادية التسليم : السعر التنافسي). وأخيراً ما يرتبط بقياس الخفة الإستراتيجية فقد لجأت الباحثة إلى الإعتماد على كل من (Ojha, 2008 ؛ Ofoegbu & Akanbi, 2012).



شكل (1-1)

أنموذج الدراسة

إعداد الباحثة

(1-7): حدود الدراسة

تنقسم حدود الدراسة الحالية إلى:

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة بشركة ألبا هاوس الأردن وكافة المواقع التابعة لها.

الحدود البشرية: إن الحدود البشرية لهذه الدراسة تتمثل في كافة المديرين ورؤساء الأقسام العاملين ومشرفي الإنتاج العاملين في شركة ألبا هاوس الأردن.

الحدود الزمانية: المدة الزمنية التي استغرقت في إنجاز الدراسة، وهي الفترة الممتدة من شهر يناير 2013 وإلى نهاية شهر أبريل 2013.

الحدود العلمية: ركزت الدراسة في تحديد خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة : التكاملية : التجانس) بالإستناد إلى الخصائص المحددة من قبل (الطائي والخفاجي، 2009). أما ما يرتبط بتحديد أبعاد القدرات التنافسية فقد لجأت الباحثة للإعتماد على ما حدده (Koufteros, et..al, 2002 ; Kristal, et..al, 2010 ; Bustinze, et..al, 2010) وهي (المرونة في إبداع المنتج ؛ الجودة ؛ إعتمادية التسليم ؛ السعر التنافسي). وأخيراً ما يرتبط بقياس الخفة الإستراتيجية فقد لجأت الباحثة إلى الإعتماد على كل من (Ojha, 2008 ؛ Ofoegbu & Akanbi, 2012).

(1-8): محددات الدراسة

1. تطبيق الدراسة على شركة ألبا هاوس الأردن والمواقع التابعة لها، وبالتالي فإن تعميم النتائج سينحصر على هذه الشركة.
2. المتغيرات التي شملتها الدراسة ممثلة بخصائص المعلومات الإستراتيجية والقدرات التنافسية والخفة الإستراتيجية.
3. إقتصار الدراسة على المديرين ورؤساء الاقسام ومشرفي الإنتاج العاملين في شركة ألبا هاوس.

(1-9): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

المعلومات الإستراتيجية Strategic Information: المعلومات التي تغطي فترة زمنية طويلة وتتعلق بدرجة أساسية بصياغة أهداف المنظمة، والخطط طويلة الأجل للوصول إلى هذه الأهداف (Ward & Peppard, 2002: 66). والتي سيتم قياسها من خلال:

الدقة: درجة الدقة في إجراءات القياس المستخدمة في إعداد المعلومات وتشغيلها وتجهيزها وتلخيصها وعرضها.

التكاملية: درجة تامة وإكتمال المعلومات التي يحتاجها متخذي القرارات في الشركة.

التجانس: إجمالي المعلومات التي يحصل عليها متخذي القرارات وتكون ملبية لحاجاته.

الخفة الإستراتيجية Strategic Agility: مدخل لإدارة التغييرات غير المتوقعة والمخاطر التي

تواجهها الشركات، بهدف القدرة على البقاء والتفوق في البيئة التنافسية ذات التغير المستمر عن

طريق التفاعل بسرعة وفعالية مع الأسواق المتغيرة وحاجات ومتطلبات العملاء (Ofoegbu & Akanbi, 2012: 154).

القدرات التنافسية Competitive Capability : خاصية أو مجموعة خصائص أو عناصر تفوق الشركة تفرد به وتمكنها من الإحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة نسبياً نتيجة صعوبة محاكاتها، وتحقق تلك الفترة المنفعة لها وتمكنها من التفوق على المنافسين (Macmillan & Mahan, 2010: 81). والتي سيتم قياسها من خلال:

المرونة في إبداع المنتج: قدرة الشركة على تصنيع منتجاتها، لتكون ملائمة لمعظم الأسواق والعملاء (Abbott & Banerji, 2003:3).

الجودة: درجة تمتع المنتجات بالجودة وفقاً للمواصفات التي تم تصميمها مسبقاً، والتي على المنظمة الالتزام بها وبما يحقق التفوق على المنافسين (النعيمة؛ وآخرون، 2009: 44).

إعتمادية التسليم: درجة سرعة الشركة وقدرتها على الوفاء بإحتياجات ومتطلبات المستفيدين بقدرة المنتج أداء الوظيفة بنجاح في ظروف الاستعمال العادية ودون إخفاق (Krajewski & Ritzman, 2008: 27).

السعر التنافسي: قدرة الشركة للتنافس مع المنافسين العاملين بنفس القطاع على أساس السعر المنخفض (Koufteros, et..al, 2002: 267).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

- (1 - 2) : المقدمة .
- (2 - 2) : المعلومات الإستراتيجية .
- (3 - 2) : القدرات التنافسية .
- (4 - 2) : الخفة الإستراتيجية .
- (5 - 2) : شركة ألبا هاوس .
- (6 - 2) : الدراسات السابقة العربيّة والأجنبيّة .
- (7 - 2) : ما يميّز الدراسة الحاليّة عن الدراسات السابقة .

(2-1): المقدمة

يعد موضوع المعلومات الإستراتيجية من الموضوعات المهمة التي لا غنى عنها في عالم يتسم بالمنافسة الشديدة. إذ تكمن أهمية المعلومات الإستراتيجية في الدور الإستراتيجي الذي تؤديه في صنع القرارات وقدرتها السريعة في إيصال المعلومات، عن الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف إلى صانع القرار فضلاً عن تمكينها من رؤية المعلومات من عدة أبعاد وتشخيص المشاكل قبل حدوثها. وإن صنع أي قرار سواء في مجال الصناعة أو في مجال الخدمات يجب أن يعتمد على مدى توفر معلومات إستراتيجية لدى صانع القرار، لذلك فإن المعلومات المطلوب توافرها لدى صانع القرار هي معلومات إستراتيجية تتعلق غالبيتها بالمستقبل كما تعدّ هذه المعلومات المصدر الرئيس والحيوي لصنع القرارات وتعد خصائص المعلومات الإستراتيجية الجيدة من القدرات التي تساعد وتسهل نجاح عملية صنع القرارات وتحقيق الخفة الإستراتيجية تجاه المنافسة الحادة والإضطرابات البيئية المستمرة.

(2-2): المعلومات الإستراتيجية

(2-2-1): مفهوم المعلومات الإستراتيجية

وتؤدي المعلومات الإستراتيجية عدداً من الأدوار غير التقليدية، بل هي ذات صبغة إستراتيجية تؤثر في أعمال المنظمة من أجل أن تحقق تفوقاً تنافسياً عبر بناء و/أو تطوير المزايا التنافسية. وبهذا ازداد الجدل بين المتخصصين حول ما هو إستراتيجي وما هو غير إستراتيجي من المعلومات التي يتم إتاحتها للمدراء متخذي القرارات على النحو الذي يحتم اعتماد أسس سليمة في الفصل بين الصنفين من المعلومات بما يوفر القناعة الملائمة والإدراك السليم لدى المعنيين من الأكاديميين والمهنيين في إطار تحديد الأصناف التي تقع في خانة المعلومات الإستراتيجية وتلك التي تقع خارجها وصول إلى تحديد مفهوم المعلومات الإستراتيجية وبيان أهم الأبعاد والخصائص التي تتصف بها والتي تميزها عن أنواع المعلومات الأخرى. وأن هناك آراء مختلفة للباحثين في تحديد مفهوم وتعريف المعلومات الإستراتيجية وأهم تلك الآراء ما يلي:

فقد إعتبر (Misdolea, 2010: 205) أن المعلومات وخاصة الإستراتيجية هي ثمرة من ثمار التطور المعرفي والتكنولوجي خلال السبعينات من القرن الماضي، وتطورت بعد ذلك خلال الثمانينات منه. حيث أن المعلومات الإستراتيجية تعتمد على توفير الدعم المناسب لتحسين القرارات من خلال دمج البيانات والنماذج والبرامجيات.

وقد أكد كل من (الطائي والخفاجي، 2009: 38) على أن المعلومات الإستراتيجية هي تلك المعلومات التي ترتبط بالقدرة على استشراف مستقبل المنظمة، والتي تنطوي على درجة عالية من

حالة اللاتأكد والمخاطرة، والتي ترتبط بالخطط بعيدة المدى والتي تقع ضمن اهتمامات الإدارة العليا للمنظمة.

أما كل من (Laudon & Laudon, 2008: 47) فقد حدّدوا وظائف المعلومات الإستراتيجية بالإشارة إلى كونها تساعد على التغيير التنظيمي، وذلك على وفق مؤشر واحد أو أكثر حيث يعد حجم التأثير هو أحد المعايير في التميز، والمساهمة في تحقيق الغايات الإستراتيجية.

وحدد (Gottschalk & Solli-Saether, 2007: 47) أن المعلومات الإستراتيجية تمكن من ترشيد عملية اتخاذ القرارات، حيث تعد مفيدة لدعم صانعي القرار الإداري في حالة القرارات شبه المهيكلة، كما تزود النظام المديرين بأدوات معلوماتية (جداول ؛ ورسوم ؛ ونماذج ؛ ومحاكاة) تساعد على حل المشكلات شبه المهيكلة وغير المهيكلة. فيما عرفها (صالح، 2007) بأنها معلومات تنبؤية مستقبلية، ترتبط بالخطط طويلة المدى وتغطي الغموض واللاتأكد البيئي ولها أهمية كبيرة في صياغة إستراتيجيات المنظمة وتنفيذها وتقييمها في تحقيق غايات المنظمة. في حين بيّن (ياسين، 2006: 55) بأن المعلومات الإستراتيجية تمثل قدرات التعلم والتنقيب الذكي عن البيانات لإنتاج معلومات متعددة الأبعاد والوجه.

وجاء (الحسنية، 2006: 32) ليعرف المعلومات الإستراتيجية بأنها المعلومات التي تساعد في زيادة فهم وإدراك الإدارة لمتغيرات التنافس والعوامل المؤثرة فيها بدقة فائقة وبشكل أسرع من المنافسين وهي ليست معلومات إدارية عادية وإنما هي معلومات ومعارف تمكن المدير من إبعاد الأخطار عن المنظمة واغتنام الفرص المتاحة. وعرف (الزعبي، 2005: 33) المعلومات الإستراتيجية بأنها تكون ذات توجه مستقبلي ومشملة على قدر معين من الغموض، وهي ترتبط بتخطيط

السياسات للأجل الطويل، والذي يكون من مهام الإدارة العليا. وأعتبر (روبينج، 2004: 3) المعلومات الإستراتيجية بأنها معلومات التي تلقى الضوء على ما يدور في بيئة المنظمة الداخلية والخارجية أثناء قيامها بنشاط صناعي وخدماتي من أجل المساعدة في اتخاذ القرار الإستراتيجي.

(2-2-2)؛ أهمية المعلومات الإستراتيجية وفوائدها

شدّد (73: Simts, et.al, 2003) بأن أهمية المعلومات الإستراتيجية للمنظمة التي تعمل في بيئة مضطربة وسريعة التغير تكمن بكونها السبيل في بنائها وازدهارها ونموها وتميزها؛ لأنها تعدّ الأساس الذي تعتمد عليه الإدارة العليا للمنظمة في اتخاذ قراراتها الإستراتيجية وبالتالي تسهيل تحقيق الغايات الإستراتيجية للمنظمة. كما تستخدم المعلومات الإستراتيجية لتحديد المشكلات التي قد تواجه المنظمة عن طريق مسح البيئة باستمرار للتعرف على التغيرات التي تحدث فيها بهدف تجنب التهديدات أو تجنب إضاعة الفرصة المتاحة أمامها، كما تستخدم لتحديد الإستراتيجيات الممكن إتباعها مستقبلاً وتحديد النتائج المرغوب تحقيقها عند تطبيق واحد أو أكثر من تلك الإستراتيجيات (أيوب، 1996: 121).

ويبين (111-125: Stvilia, et.al, 2004) بأن للمعلومات الإستراتيجية عدة فوائد، منها:

1. تغذية القرارات الإستراتيجية بمعلومات دقيقة.
2. محاكاة و تقليد الشركات المنافسة الريادية.
3. المساعدة على معرفة احتياجات الزبائن ومشاريع المنافسين.
4. تحديد الأسواق الجديدة أو محتملة الدخول فيها.

5. مواكبة التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات.
 6. معرفة قوانين المنظمات التي ينتسب أو سينتسب إليها البلد مستقبلاً.
 7. المحافظة على سرية المفاوضات وإتمام الصفقات بدون الخضوع للإبتزاز.
- ويحدد (سلطان، 2005: 117) المميزات الآتية للمعلومات الإستراتيجية، وهي:

1. كلفة الدخول المنخفضة.
2. عدم وجود الحدود التقليدية بسبب العولة.
3. توسيع فهم وإدراك الإدارة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
4. قدرة المنظمة على تحقيق النجاح.
5. تعطي المعلومات الإستراتيجية تحذيرات تكتيكية عن المشكلة التي يمكن أن تحدث.
6. إعطاء المنافسين فائدة إستراتيجية غير متكافئة.

كما يرى (روبيح، 2004: 3) بأن المعلومات الإستراتيجية لا بد أن تغطي معلومات عن الآتي:

1. معلومات التحكم، وتضم المعلومات التي تنتجها المنظمة وتوجهها لإستعمالها الداخلي.
2. معلومات التأثير، وتضم المعلومات التي أنتجت داخل المنظمة ووجهت للإستعمال الخارجي.
3. المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة، والتي تمثل المعلومات الإستراتيجية التي جمعت من خارج المنظمة ووجهت للإستعمال الداخلي، وتتضمن المعلومات الجزئية الأقسام التالية (Moore,

:2000:288)

■ معلومات عن التنافس، وهي تشير إلى المعلومات التي تخص المنافسين الحاليين أو المحتملين.

- المعلومات الشخصية أو القدراتية، وتشير إلى المعلومات التي تخص شخصيات في المنظمات المنافسة أو الزبائن المهمين.
- المعلومات التجارية، وتشير للمعلومات التي تتعلق باهتمامات الزبائن ورضاهم وأمنياتهم.
- المعلومات التمويلية، وتشير إلى المعلومات حول أساليب التمويل التي تستخدمها المنظمة.
- المعلومات التكنولوجية، وتضم أساليب التصنيع الجديدة.
- المعلومات الإجتماعية، وتضم تغيرات في نمط حياة السكان.
- المعلومات السياسية، وتضم التشريعات والقوانين الجديدة.
- المعلومات الإقتصادية، وتضم معلومات حول الناتج المحلي العام.

أما ما يخص المعلومات الإستراتيجية بشكل خاص وانسجاما مع الهدف الأساس لنظام المعلومات الإستراتيجي المتمثل بتوفير المعلومات للمستخدمين بالخصائص المطلوبة، أكد الباحثون ضرورة تصميم النظام وفقا لهذه الخصائص، ولضمان توفر هذه الخصائص أكدوا على أهمية مشاركة المستخدمين في مراحل التحليل والتصميم المختلفة إذ أن مثل هذه المشاركة ستوفر تقديرا أكثر دقة واكتمال لهذه الخصائص، ومن ثم أكثر إمكانية في تلبية احتياجاتهم المتوقعة من المعلومات (Campus, 2007: 212).

(2-2-3): خصائص المعلومات الإستراتيجية

وفقا لآراء الكتاب والباحثين فإن خصائص المعلومات الإستراتيجية يمكن تصنيفها

كالآتي (لزهر، 2006: 87 – 89):

1. **الخصائص الأساسية**، هناك مجموعة من الخصائص الأساسية التي تتسم بها المعلومات

الإستراتيجية، ومن أهم هذه الخصائص هي:

(1 – 1) الملاءمة، ويقصد بها أن تفي المعلومات الإستراتيجية باحتياجات صانع القرار التسويقي

وأن تتناسب مع طبيعة احتياجاته وأن تتفق مع مضمون القرار التسويقي، وحتى تتصف المعلومات

الإستراتيجية بالملائمة لا بد من توافر الخصائص التالية:

■ التوقيت المناسب، بمعنى أن تكون المعلومات الإستراتيجية متاحة لصانعي القرارات في الوقت

المناسب وليس في وقت متأخر يصعب معه الإستفادة منها، ومن ثم تفقد المعلومات الإستراتيجية

قيمتها.

■ القيمة التنبؤية، إذ يكون للمعلومات الإستراتيجية قيمة تنبؤية إذا ساعدت في تحسين قدرة

متخذي القرارات على إجراء التنبؤات بالأحداث المستقبلية.

■ القيمة التغذية العكسية، ويقصد بها قدرة المعلومات الإستراتيجية على مساعدة صانع القرار

التسويقي في تصحيح التوقعات السابقة.

(1 – 2) الموضوعية، ويقصد بالموضوعية الإبتعاد عن التقديرات الشخصية والإعتماد على الأدلة

الموثوق بها، وحتى تتصف المعلومات الإستراتيجية بالموضوعية يجب أن تتوافر فيها الخصائص

التالية:

- القابلية للتحقق، ويقصد بها وجود درجة عالية من الإتفاق بين عدد من الآراء المستقلة للإداريين على نتائج قياس الأحداث الإقتصادية والتسويقية، أو الكيفية التي يتم بها الإفصاح عن تلك الأحداث وذلك باستخدام طرق قياس متماثلة والتوصل إلى نفس النتائج.
- عدم التحيز، ويقصد به أن المعلومات الإستراتيجية يجب أن تعد بشكل محايد وليس بغرض إظهارها بشكل يتلاءم مع احتياجات أحد الأطراف المستخدمة للمعلومات دون الأطراف الأخرى.
- أمانة العرض والتمثيل، ويقصد بها أن تعكس المعلومات الإستراتيجية بصدق طبيعة ومضمون الأحداث والعمليات التسويقية التي تعبر عنها.

2. **الخصائص الثانوية**، هناك مجموعة من الخصائص الثانوية التي تتسم بها المعلومات

الإستراتيجية، ومن أهم هذه الخصائص هي (Daniel & Wilson, 2004: 335):

(1 – 2) القابلية للمقارنة، ويقصد بها أن المعلومات الإستراتيجية التي يتم قياسها والتقرير عنها لعدة منظمات مختلفة يجب أن تتوافر فيها خاصية القابلية للمقارنة بما يساعد في التعرف على أوجه الشبه والإختلاف بين مجموعتين من الأحداث الإدارية أو التسويقية مما يتطلب تطبيق إجراءات وأساليب تسويقية متماثلة لكي تكون المقارنة موضوعية وذات معنى ودلالة.

(2 – 2) الثبات، ويقصد به قيام المنظمة بتطبيق نفس السياسات والقواعد والإجراءات الإدارية والتسويقية من فترة إلى أخرى، حيث انه بدون توافر هذه الخاصية لا يمكن تفسير النتائج الإدارية أو التسويقية للمنظمة عبر الفترات المختلفة.

وبالمقابل نجد هناك من صنف خصائص المعلومات الإستراتيجية كالآتي (الطائي

والخفاجي، 2009: 45 – 58):

1. **خاصية نوع المعلومات الإستراتيجية**، تعد خاصية النوع من أهم خصائص المعلومات المعتمدة كمؤشر في قياس فاعلية نظام المعلومات، إلى درجة مبالغة بعض الباحثين في تأكيدهم على هذه الأهمية وعدّوا هذه الخاصية شاملة لجميع الخصائص الأخرى باستثناء خاصية الكمية وبسبب هذه الأهمية الكبيرة لهذه الخاصية تميل الإدارات إلى تفضيل الإهتمام بتحسين نوع المعلومات بشكل أكبر من اهتمامها بكمية المعلومات.

2. **خاصية كمية المعلومات الإستراتيجية**، ترتبط هذه الخاصية بحجم المعلومات الإستراتيجية ودرجة تركيزها وبما يؤدي إلى تكاملها دون التضحية بالتفاصيل الضرورية، فالحقيقة أن الأساس الذي يقرر ذلك هي أن إمتلاك معلومات أكثر يوازى تماما حالة عدم إمتلاك المعلومات الكافية وهذا يعني أن هناك حدوداً معينة بين حالتين متناقضتين لكمية المعلومات هما: نقصان المعلومات والإغراق في المعلومات.

3. **خاصية موثوقية المعلومات الإستراتيجية**، تشير الموثوقية إلى الخاصية التي تسمح للمستفيد من المعلومات بالإعتماد عليها بثقة كما هي ممثلة لمن استهدفت تمثيله والتعبير عنه، ويستخدم رواد هذه النظرية مصطلحا آخر هو المعولية أي كم يمكن أن نعول على المعلومة عند اتخاذ القرار وإن لهذه الخاصية خصائص فرعية وهي الصحيحة والدقيقة، والموضوعية، والحيادية، والتناسق، والتحقق من المعلومات.

4. **خاصية موقوتية المعلومات الإستراتيجية**، تصدى العديد من ألباحثين لخاصية التوقيت وعدت الخاصية الأساس للمعلومات الإستراتيجية، إذ أن توفير المعلومات الإستراتيجية بالتوقيت المناسب

يؤدي إلى تقليص معدلات الأخطاء في إعداد التنبؤات بالشكل الذي يساعد في تقليص كلفة الفرصة البديلة وبمعدلات ثابتة، وبالمقابل يؤدي التوقيت الخاطئ للمعلومات الإستراتيجية إلى نتائج سلبية.

(3-2): القدرات التنافسية

أكد (Covin, 2010: 175) أن القدرة التنافسية خاصية معينة أو مجموعة خصائص تمتلكها المنظمة وتميزها عن غيرها من المنظمات، بحث تحقق لها موقفاً قوياً تجاه مختلف الأطراف، وأن التحدي الأساسي الذي تتعرض له أي منظمة ليس إنتاجاً أو تقديم منتجات بل القدرة على الإثبات المستمر لحاجات ورغبات السوق المتغيرة.

وأشار (Liu, 2008: 15) إلى أن القدرة التنافسية للشركة تمثل قدرتها في منظور سوق المنتج الذي يحقق للشركة أكثر من مركز تنافسي، ويعني ذلك بأن القدرة التنافسية تعني حصول الشركة على مركز تنافسي متقدم في السوق. وحدد (مصطفى، 2008: 3) بأن القدرة التنافسية تمثل قدرتها على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مركز تنافسي أفضل بالنسبة للمنظمات المماثلة والعاملة في نفس النشاط.

وأكد (Frigo, 2002: 6) بأن على المنظمات العاملة في بيئة عمل حادة المنافسة أن توازن بين مستوى تفوقها في قدراتها الإستراتيجية بالإعتماد على قدرتها في الإستجابة لحاجات ورغبات العملاء.

وقد أوضح كل من (Tracey & Lim, 2009: 105-109) بأن القدرة التنافسية تنشأ من عاملين

رئيسيين، هما:

1. الكفاءة المقارنة، ويقصد بها أن المنظمة تستطيع أن تنتج السلع أو الخدمات بكلفة أدنى من كلفة

إنتاج المنافسين لها، ويتأثر هذا العامل بعوامل أساسية أخرى منها:

■ الكفاءة الداخلية، وهي تشير إلى مستوى التكاليف التي تتحملها المنظمة في داخلها، كذلك

قدرتها على إمتلاك موارد وبناء أو شراء قدرات لا تكون متوفرة.

■ الكفاءة التنظيمية المتبادلة، وهي تشير إلى التكاليف التي تتحملها المنظمة في تعاملها مع

المنظمات الخارجية، كذلك تتمثل في تغير إحتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو

الإقتصادية أو القانونية، التي قد تخلق قدرة تنافسية لبعض المنظمات نتيجة لسرعة رد فعلهم

على تغيرات البيئة المحيطة، أو الإستجابة لتغير أذواق المستهلكين في السوق.

2. قوة المساومة التي تتيح للمنظمة تحقيق حالات المساومة مع زبائنها ومجهزيها لصالحها الخاص

بها، وهذا العامل يتأثر بعوامل أساسية أخرى، هي:

■ التكاليف المرتبطة بالبحث والتطوير والتي تشير إلى كلف تسويق المنظمة والمجهزين أو

الزبائن بأفضل الأسعار.

■ الخصائص الفريدة للسلعة أو الخدمة وهي خصائص السلع أو الخدمات التي تجعلها

مختلفة عن خصائص المنافسين.

■ تكاليف التحول، وهي التكاليف التي يتحملها الزبائن والمجهزون إذا ما امتنعوا عن التعامل

مع تلك المنظمة.

إن إيجاد وتحقيق وإدامة القدرات التنافسية لأي منظمة يعتمد على توافر عناصر أساسية

في موارد المنظمة، هي (خليل، 2009: 91):

1. أن تكون منتقاة مسبقاً.
 2. أن يكون لها قوة نسبية للتنافس.
 3. أن تكون قدرات مبدعة.
 4. صعوبة تقليدها.
 5. قوة إستمراريتها لأطول وقت ممكن.
 6. التوزيع والتخصيص الملائم لكل أصحاب المصالح.
 7. صعوبة الإحلال والإستعاضة بإتجاه توليد الأرباح وتحقيق إدامة القدرات.
- كما تتحدد نوعية ومدى جودة القدرات التنافسية بثلاثة ظروف، هي (خليل، 2009: 87):

1. مصدر القدرة، إذ تنقسم القدرات التنافسية وفق هذا المعيار إلى نوعين رئيسيين، هما:
 - قدرات تنافسية من مرتبة منخفضة كالتكلفة الأقل لكل من الأيدي العاملة والمواد الأولية إذ يسهل تقليدها ومحاكاتها نسبياً من قبل المنظمات المنافسة.
 - قدرات تنافسية من مرتبة مرتفعة مثل التكنولوجيا وتمييز المنتج والتفرد في تقديمه والعلاقات الوطيدة مع العملاء وحصيلة المعرفة المتخصصة والتي يصعب تقليدها.
2. عدد مصادر القدرة التي تمتلكها المنظمة، فإعتماد المنظمة على قدرة تنافسية واحدة فقط يؤدي إلى سهولة محاكاتها أو التغلب عليها من قبل المنافسين كاعتمادها مثلاً على التكلفة المنخفضة للمواد الأولية في حين يصعب تقليد القدرة على تعدد مصادرها.

3. درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في القدرة، إذ تسعى المنظمات إلى خلق مزايا جديدة وبشكل أسرع وذلك قبل قيام المنافسين بمحاكاة القدرة الحالية لها، وعليها أن تخلق مزايا تنافسية جديدة من مرتبة مرتفعة.

(2-4) : الخفة الإستراتيجية

تُشكل الخفة الإستراتيجية السمة المميزة للمنظمات المعاصرة، فقد قدمت بعض الدراسات النظرية والعملية، مفاهيم متنوعة لخفة الحركة الإستراتيجية بوصفها عاملاً مؤثراً في تفسير كيفية أداء المنظمات لأعمالها، بسرعة ودقة تمكّنها من التفوق على منافسيها في بيئة أعمالها.

يتفق معظم الباحثين من أمثال (Ojha, 2008) ؛ (Ofoegbu & Akanbi, 2012) على أن الخفة الإستراتيجية تعكس القدرة على إدراك والحصول على المزايا التي تتيحها الفرص البيئية من خلال تخطيط وتنفيذ التغيير القريب والبعيد الذي يحدث في أنشطة منظمات الأعمال بشكل سريع وفاعل وبالشكل المطلوب.

وقد وصفت خفة الحركة الإستراتيجية من قبل (D'Aven, 1994: 25) بأنها المرونة والسرعة التي تمنح المنظمة القدرة على تغيير أعمالها من أجل الاستجابة للتغيرات الحاصلة في أسواقها ومواجهة المخاطر التي تعترضها.

فيما يراها (Weill, et.al, 2002: 1-29) بأنها مفهومٌ واسعٌ يحيط بمجموعة مبادرات الأعمال التي يمكن للمنظمة تنفيذها بسهولة. ويشير (Sull & Bryant, 2006: 1-6) إلى أن خفة الحركة الإستراتيجية تمثل القدرة على استغلال الفرص التي يتباطأ المنافسون في استغلالها، واجتياز

الأزمات التي لم تستطع تجاوزها منظمات ذات قدرات ضعيفة. من جهته يبيّن (Cutter, 2006: 1-3) أن خفة الحركة الإستراتيجية تعني قدرة المنظمة على التعامل مع البيئة الخارجية الغامضة وغير المؤكدة بشكل دقيق وسرعة فائقة.

كما قدم (Becker, 2007: 1-9) مفهوماً آخرًا لخفة الحركة الإستراتيجية أشار فيه إلى أنها تمثل عملية تمكين المنظمة لفهم الفرص البيئية والاستفادة منها، من خلال التخطيط لإحداث تغييرات عمل إستراتيجية وتنفيذها بشكل سريع وفاعل وحسب الحاجة. ويبيّن (Doz, 2007) أن الخفة الإستراتيجية تركز على التغيير المتوقع والروتيني في إطار السهولة والسرعة التي تكون معها المنظمة قادرة على تغيير أعمالها من أجل الإستجابة للمخاطر أو الفرص في أسواقها.

فيما يؤكد (Beltrame, 2008: 1-6) بأن خفة الحركة الإستراتيجية توصف بكونها عملية تكييف التوجه الإستراتيجي للمنظمة مع الاستجابة للظروف البيئية المتغيرة، أي التركيز على ممارسة التغيير، ويرى أن المنظمة تصبح خفيفة الحركة إستراتيجياً حينما تتمكن من تعظيم قيمة نقاط قوتها الأساسية بشكل مستمر، وكلما كانت الخفة أعظم كلما زادت خيارات المنظمة لتقديم ما يعدّ ضرورياً في الوقت المناسب والحدود المناسبة للزبائن.

وقد عرض (Doz & Kosonen, 2006: 98) أن خفة الحركة تتمثل بقدرة المنظمة على الإستمرار بإدراك وإستكشاف والإستجابة بإستخدام القدرات الملائمة لأغراض إستغلال الفرص في الموقف السوقي بإعتماد السرعة والمباغته والنجاح التنافسي.

وشدّد (Fartash, et..al, 2012: 7) على مفهوم الخفة الإستراتيجية في إطار أهميتها لأسباب تتعلق بالصعوبة التي تعترض إجراء عمليات وفقاً للمدخل التقليدي، إذ أن حصول التغيير وإدارته يحدثان في آن واحد.

لقد ظهر الاهتمام بمصطلح خفة الإستراتيجية بوصفه من الموجهات الأساسية للأداء المتفوق لمنظمات الأعمال، وفي هذا الاتجاه يمكن إجمال أهمية خفة الحركة الإستراتيجية لمنظمات الأعمال وحسب وجهة نظر البعض من الكتاب وألباحثين، وحسب وجهة نظر (الشمري، 2006: 78) فهي تساهم في تحسين المركز التنافسي للمنظمة، وتقييمه في إطار البيئة التنافسية وظروفها، الأمر الذي يحافظ أو يمكن أن يحسّن من قدرة المنظمة على البقاء والنمو والاستمرار، وتعمل خفة الحركة الإستراتيجية على تطوير القدرات التحليلية والمهارات الإدراكية التصورية لبيئة الأعمال التي تتسم بالسعة والشمول، وخصوصاً في إعداد وتهيئة كوادر الإدارة العليا وتنمية المهارات القيادية.

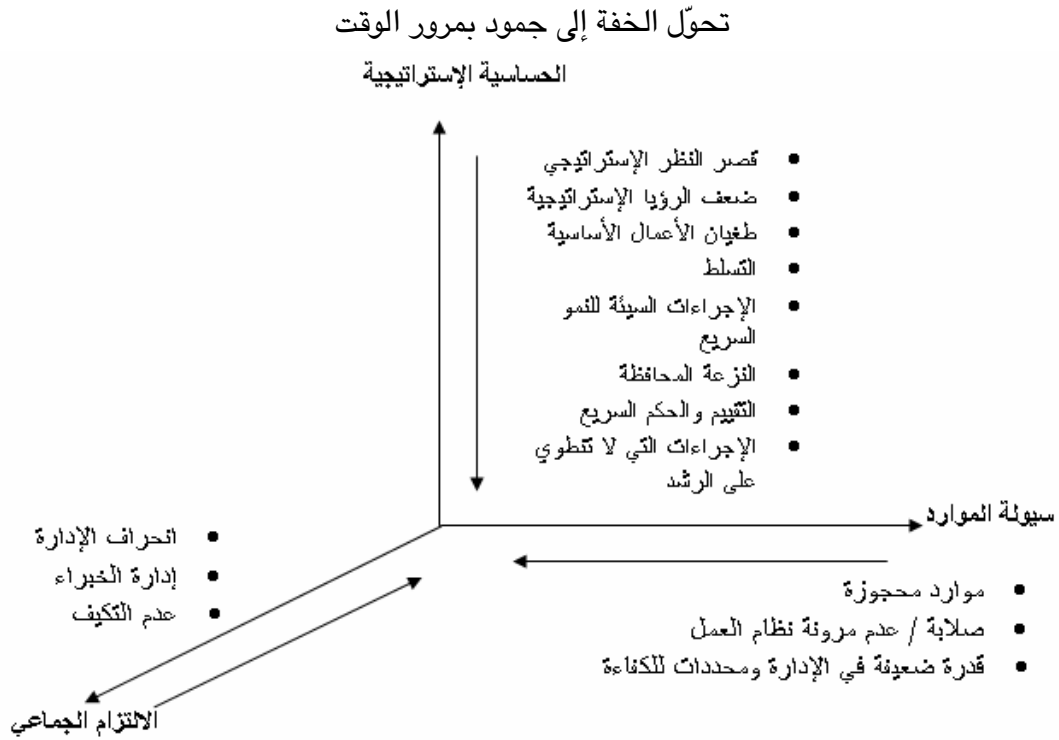
ويشير (Becker, 2007: 1-9) إلى أن خفة الحركة الإستراتيجية تمنح المنظمة إطار عملٍ مرِنٍ يمكنها من النجاح والتفوق من خلال تمتع فرق العمل بصلاحيات واسعة، وممارسات لاتخاذ القرارات بدرجات عالية من الاستقلالية وأضاف إلى أنها تمكن المنظمة من امتلاك رؤية ومعرفة جيدة عن أين يمكن أن يكون موقعها بين المنافسين في السوق. في حين يؤكد (المعاضبي، 2008: 1 - 24) على أن خفة الحركة الإستراتيجية تعدّ إحدى المتطلبات الجوهرية لنجاح المنظمات وضمن بقائها وديمومتها، وأنها ميزة تنافسية مؤقتة تتجمع بمرور الوقت لتصبح مستدامة. وترجع أسباب حاجة المنظمات إلى خفة الحركة الإستراتيجية لأمرٍ عديدة، إذ يرى (Becker, 2007: 1-9) أن المنظمات تعيش اليوم ظروف متغيرة ومعقدة وشديدة السرعة فرضت الحاجة إلى خفة الحركة

الإستراتيجية، كما أن تزايد المشكلات الإدارية والتنظيمية داخل المنظمات يفرض التغيير والتطوير الذي يتطلب بدوره خفة في إحداثه ويبين أن تزايد حدة المنافسة يفرض الحاجة إلى خفة الحركة الإستراتيجية لزيادة القدرة التنافسية لدى المنظمة، ويشير إلى أن أسباب حاجة المنظمات لخفة الحركة الإستراتيجية تكمن في وقتية الميزة التنافسية في الوقت الحاضر، وهنا يتوجب على منظمات الأعمال تحديد واستخلاص الفرص المتاحة واقتناص الأفضل منها، إذ أن معظم منظمات الأعمال تنتهي ليس لأنها ترتكب الأخطاء، بل لأنها تستمر في فعل الأمور المعتاد على كونها صحيحة لأمد بعيد، ويتفق مع هذا الرأي حول السببين السابقين (المعاضيدي، 2008: 1 - 24) ويضيف إلى الأسباب أن صعوبة إجراء عمليات التغيير وفقاً للمدخل التقليدي قد حتمت على المنظمات اعتماد خفة الحركة الإستراتيجية بوصفها مدخلاً بديلاً للتعامل مع التغيرات المتسارعة.

أما (Kosonen, 2007: 1-12) فيشير إلى أن بعض المنظمات تتميز بالكفاءة في مرحلة معينة، وقد تتفوق على غيرها، وللحفاظ على هذا التميّز والتفوق ينبغي اعتماد خفة الحركة كوسيلة فعالة للدخول إلى عالم المستقبل، وعلى العكس من ذلك قد تصل المنظمة إلى عدم المرونة والجمود بمرور الوقت، إذا لم تكن يقظة لما يحيطها من تغيرات، واقتناصها للفرص التي تستدعي خفة الحركة الإستراتيجية لديها. ويشير (Doz & Kosonen, 2006: 1-23) من خلال الشكل (2 - 1) إلى حالة المنظمة التي لم تستدعي خفة حركتها الإستراتيجية، إذ ستصبح بمرور الوقت منظمة جامدة تتحول من خفة الحركة إلى الشلل الإستراتيجي. إذ يبين أن هناك ثلاثة أبعاد رئيسة للخفة، هي الحساسية الإستراتيجية، وسيولة الموارد، والإلتزام الجماعي، حيث أن إمتلاكها لهذه الخصائص يمكنها من

تحقيق الخفة، وعند افتقارها لواحدة منها أو أكثر فمع مرور الزمن تتحول إلى منظمة جامدة لا تستطيع المنافسة في السوق.

الشكل (2 - 1)



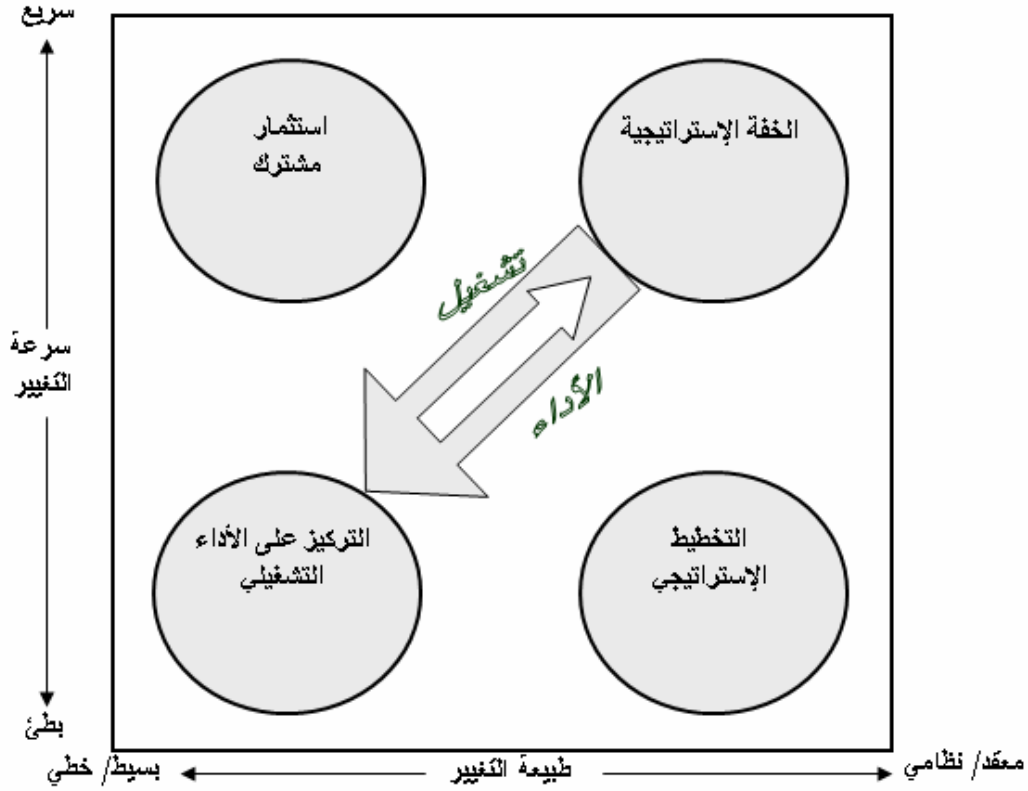
Source: Doz, Yves, Kosonen, Mikko, (2006), *Fostering Strategic Agility In Search for Renewal Growth*, (www.agilityconsulting.com.2006).

فيما يوضح (Kosonen, 2007: 1-12) الأسباب التي تدفع المنظمات لاستخدام خفة الحركة

الإستراتيجية، والتي يوضحها الشكل (2 - 2).

الشكل (2 - 2)

الأسباب الكامنة وراء اعتماد خفة الحركة الإستراتيجية من قبل منظمات الأعمال في الوقت الحاضر



Source: Kosonen, Mikko, (2007), Strategic Agility for Continuous Renewal, *European Paper Week Brussels*, (www.stratmark.fi).

ومن خلال الشكل (2 - 2) تلاحظ الباحثة أن العلاقة بين طبيعة التغيير وسرعته تؤدي دوراً كبيراً في الوصول إلى خفة الحركة الإستراتيجية، فعندما يكون مستوى طبيعة التغيير بسيطاً ومستوى السرعة بطيئاً فإن تركيز المنظمة يكون على الأداء التشغيلي، أي بمعنى التركيز على العمليات والنشاطات في البيئة الداخلية. أما عندما تكون طبيعة التغيير معقدة ونظامية ومرتبطة بسرعة تغيير بيئة ف يتم التركيز على التخطيط الإستراتيجي، وهذا يعني الانتقال بالأداء من التركيز

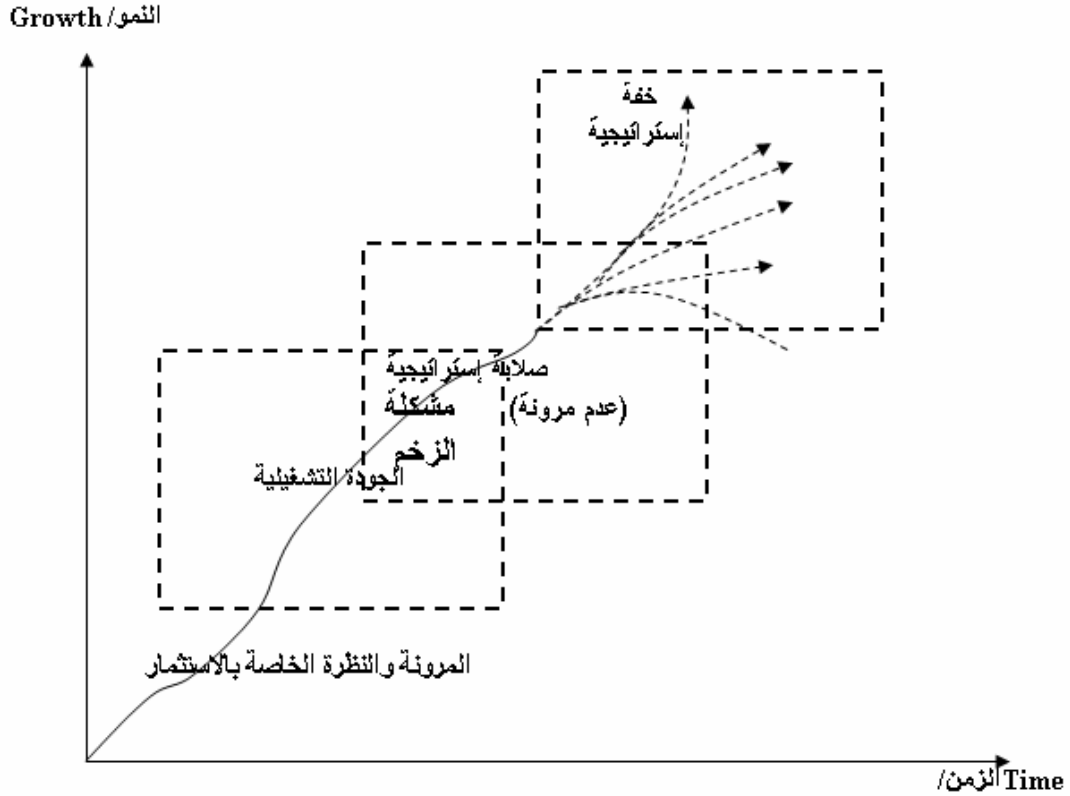
قصير الأجل المرتبط بالأداء التشغيلي إلى التخطيط الإستراتيجي الذي يركز على التنبؤ بالمستقبل. وحينما يكون مستوى طبيعة التغيير بسيطاً وخطياً ومرتبباً بسرعة تغيير سريعة فإن المنظمة ستتجه إلى استثمار مشترك وتكون مؤهلة للوصول إلى خفة الحركة الإستراتيجية التي تظهر بوضوح عندما يكون مستوى طبيعة التغيير معقداً ونظامياً ومرتبباً بسرعة تغيير عالية (سريع)، وهذا يعني أن المنظمة تلجأ إلى تبني إستراتيجية لخفة الحركة بسبب مواجهتها للتغيير المعقد والسريع الذي يتطلب الخفة في التحرك والمرونة والتكيف لمواجهة ذلك التغيير سعياً لجعل المنظمة متكيفة مع بيئتها المحيطة وذلك لضمان تحقيق البقاء والاستمرار.

ويشير (Doz & Kosonen, 2007: 1-22) إلى الموقع الذي تكون فيه خفة الحركة الإستراتيجية

ضرورة قصوى بالنسبة للمنظمة، ويعبر عن ذلك الموقع في إطار الشكل (2 - 3).

الشكل (2 - 3)

الموقع الذي تكون فيه خفة الحركة الإستراتيجية ضرورة قصوى



Source: Doz, Yves, Kosonen, Mikkom (2007), Strategic Agility: An Example of Joint Research Between Industry and Academician, *EFMD Annual Conference*, June, 12th, 2007.

وتلحظ الباحثة من خلال الشكل (2 - 3) الذي يشير إلى الموقع الذي تكون فيه خفة الحركة

الإستراتيجية ضرورة قصوى ويمثل دورة حياة المنظمة في المرحلة الأولى، أي مرحلة التقديم تمتاز

المنظمة فيها بخفة حركتها في الدخول إلى السوق وتقديم منتجاتها وخدماتها بخفة وسرعة تمكنها من

مواكبة التغيرات البيئية المتسارعة، صعوداً إلى مرحلة النمو التي تبرز فيها خفة المنظمة واستجابتها

السريعة للنمو والتوسع في أعمالها ونشاطاتها وصولاً إلى مرحلة النضج التي تستقر فيها نشاطات

وعمليات المنظمة نوعاً ما، وفي هذه المرحلة تحتاج المنظمة إلى إعادة النظر في نشاطاتها وأعمالها وما

تقدمه من منتجات وخدمات، وضرورة القيام بعمليات التجديد والتطوير واقتناص الفرص للحفاظ على ديمومة خفة الحركة الإستراتيجية لديها، وهذه المرحلة تمثل الموقع الذي تكون فيه خفة الحركة الإستراتيجية ضرورة قصوى لتتمكن المنظمة من الاستمرار والحفاظ على موقعها الريادي الذي يؤهلها لتكون سباقة في مجال عملها.

(2-5) : شركة ألبا هاوس

نشأت شركة ألبا هاوس في عام 1976م، تقع على مساحة 100.000 مائة ألف متر مربع على شارع رئيسي في منطقة صويلح غربي العاصمة عمان في الأردن، على مساحة بناء 50.000 خمسون ألف متر مربع.

وبدأت شركة ألبا هاوس منذ أربعين عاما أول إنتاج لها في صناعة المباني الجاهزة والمنشآت المتعددة الأغراض ففي أواخر الثمانينات قامت شركة ألبا هاوس بتطوير المهارات الصناعية وأضافت إلى خطوط إنتاجها خط صناعة وسائط النقل، وقامت بتصنيع التريلات والصهاريج والناقلات والقلابات وغيرها . وبعدها اتجهت الشركة إلى تحديث خطوط إنتاجها وولجت حقل الصناعة البترولية في مجال المجمعات البتروكيمياوية وخزانات النفط.

وللحفاظ على مستوى الإنتاج الكبير الشركة تم استخدام أفضل وأحدث التكنولوجيا في صناعة ألباصات، أساليب الصناعة الجديد، آلات ومواد خاصة جديدة، فنيين ومهندسين ذات كفاءات وخبرات واسعة في جميع الإتجاهات، توسيع مرافق المصانع المختلفة وأخيراً الدعم المالي

المطلوب، وجميع هذه العوامل ساعدت على نشر شركة ألبا هاوس على المستوى الداخلي والشرق الأوسط والمستوى الخارجي.

إن تقف شركة ألبا هاوس اليوم شامخة وقد دخلت القرن الحادي والعشرين بكل ثقة واطمئنان بعد أن قامت بجني ثمار 38 سنة من العمل المستمر والجهد الشاق والخبرة الصناعية والتجارب المتلاحقة منذ تأسيس الشركة.

ولمزيد من الحرص على أداء خدمة ما بعد البيع وصيانة الباصات، أقامت الشركة مركز صيانة متطور ومجهز بأحدث الوسائل والمعدات لأعمال الصيانة، وتحت إشراف مجموعة مؤهلة من المهندسين والفنيين ، وزودت الشركة هذا المركز بكافة قطع الغيار اللازمة لهذه الخدمات.

وأخيراً وليس أخراً ومن باب التنويع لمواكبة عصر النهضة الصناعية طورت الشركة نفسها ودخلت عالم صناعة الباصات، وحصلت على الخبرة والمعرفة وامتيار التصنيع في هذا المجال من شركة أوفيرتر الألمانية إحدى كبريات الشركات العالمية في تصنيع هياكل الباصات وصاحبة خبرة واسعة في مجال صناعة هياكل الباصات منذ عام.

وقد حازت شركة ألبا هاوس على شهادة الأيزو رقم 960576 في عام 1999، فيما بعد تم تطوير نظام إدارة الجودة لتحصل شركة ألبا هاوس على شهادة الأيزو 2000:9001

ويحرص مهندسو الشركة على تطبيق معايير الأمان القصوى لأمان الركاب من حوادث التصادم و الانقلابات بتبنيهم و بتطبيقهم للمعايير والمقاييس الأوروبية المعتمدة بهذا الخصوص، باستعمال برامج تصاميم هندسية متقدمة لإحراز هذه المعايير الخاصة بانقلاب الحافلات.

(2-6): الدراسات السابقة العربيّة والأجنبيّة

(2-6-1): الدراسات العربيّة

- دراسة (أبو جاور، 2009) بعنوان "أثر العوامل الداخلية والخارجية على تطبيق الأعمال الإلكترونيّة

لتحقيق القدرة التنافسية في منظمات الأعمال الأردنيّة".

هدفت إلى التعرف على تأثير العوامل الداخلية والخارجية والمساندة لتحقيق القدرة التنافسية في منظمات الأعمال الأردنيّة الصغيرة والمتوسطة الحجم. وقد إعتمدت الإستبانة في جمع البيانات الخاصّة لهذه الدراسة. وقد خلصت الدراسة إلى أن رغبة المنظمات في ممارسة الأعمال الإلكترونيّة منخفضة، وأن هذه المنظمات لا تضع ممارسة الأعمال الإلكترونيّة كواحدة من أهدافها. وهناك علاقة قوية التأثير لتوافر العوامل الداخلية والخارجية والمساندة على تحقيق القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة الحجم. وان العوامل المساندة المتمثلة في خبرة المنظمة، وتوافر كادر متخصص للتكنولوجيا والموجودات التكنولوجية وقواعد المعلومات والانظمة تسهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمات.

- دراسة (إسماعيل، 2011) بعنوان "خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة

الإستراتيجي في الإدارتين العليا والوسطى: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة".

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة الإستراتيجي في الإدارتين العليا والوسطى للمصارف التجارية العاملة في قطاع غزة. وقد تكونت عينة الدراسة من البنوك التجارية العاملة في قطاع غزة وألبالغ عددها (10) مصارف، حيث تم

توزيع (67) استبانة، وقد جرى تطبيق المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي: أن المصارف العاملة في قطاع غزة تطبق نظم وتكنولوجيا المعلومات في جميع الوحدات والأقسام، وتحرص على الاستفادة القصوى من استخدامات نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستفادة من المهارات والخبرات المتوفرة لديها واستثمار الكوادر البشرية ومعارفهم في مجال التنمية والنهضة لتصل إلى درجة التعايش والتواصل مع العالم الخارجي ومواكبة التطورات المتلاحقة في ظل تكنولوجيا المعلومات المتقدمة. كما أظهرت نتائج الدراسة بأن نظم المعلومات المستخدمة تعمل على كفاءة التنسيق بين الفروع وتعمل على زيادة إيرادات البنوك وخفض تكلفة الخدمة المصرفية. كما أثبتت الدراسة بأن لنظم المعلومات دوراً كبيراً ومهماً في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف العاملة في قطاع غزة، كما توفر معرفة ذات قيمة للبنك في تحسين جودة الخدمة واستحداث خدمات جديدة تحقق لها السبق على المنافسين.

- دراسة (المعاضيدي، 2011) بعنوان "قدرات تقنية المعلومات وأثرها في خفة الحركة الإستراتيجية؛

دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى".

هدفت هذه الدراسة إلى إختبار وتحليل علاقتي الارتباط والأثر بين قدرات تقنية المعلومات والإستعداد للتغيير الإستراتيجي القائم على فكرة إستثمار فلسفة خفة الحركة الإستراتيجية. وتم تنفيذ جانب الدراسة الميداني في الشركة العامة للأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى. أما عينة الدراسة فإنحصرت بالمديرين ضمن مستويي الإدارة العليا والوسطى والبالغ عددهم (48) مديراً وزعت عليهم أداة الدراسة (الإستبانة) واسترجع منها (35) إستبانة صالحة للتحليل. وتم استخدام

مجموعة من الأساليب الإحصائية التي من خلالها تم التوصل إلى جملة من النتائج ابرزها أن قدرات تقانات المعلومات ترتبط إيجابياً بحالة إمتلاك المنظمات لمقومات خفة الحركة الإستراتيجية وتؤثر فيها.

- دراسة (صادق، 2011) بعنوان "دور خصائص المعلومات الإستراتيجية في صنع قرارات المزيج التسويقي:

بحث إستطلاعي لرأي المدراء في منظمات صناعية مختارة في إنتاج المياه المعدنية إقليم كردستان العراق".

هدفت إلى الكشف عن واقع توفر المعلومات الإستراتيجية في المنظمات المدروسة ومدى مساهمته في صنع القرارات التسويقية إن وجد، وتشخيص ما يمكن أن تفرزه المنظمات المبحوثة من قرارات تسويقية مثمرة في ضوء خصائص المعلومات الإستراتيجية، والتعرف على العلاقة أي الدور الذي تؤديه خصائص المعلومات الإستراتيجية في صنع القرارات التسويقية، والتعرف على الأثر الذي يمكن أن تفرزه خصائص المعلومات الإستراتيجية في صنع القرارات التسويقية. تكونت عينة الدراسة من ثمانية شركات تعمل في محيط إقليم كردستان العراق. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن لخصائص المعلومات الإستراتيجية (كالمعولية والكلفة والتوقيت والمرونة والكمية والتراكمية والتمايز) أنها تؤدي دورا كبيرا في صنع القرارات التسويقية وقرارات المزيج التسويقي كالقرارات المتعلقة بالمنتج أو التسعير أو الترويج أو التوزيع، إذ أن توافر هذه الخصائص في المعلومات الإستراتيجية في المنظمات ولدى صانع القرار يقود إلى ترشيد ودقة في صنع القرارات التسويقية في تلك المنظمات إذا أحسن توظيفها واستخدامها بكفاءة وفاعلية، كما بينت نتائج التحليل الإحصائي لعلاقات الإرتباط بين خصائص المعلومات الإستراتيجية والقرارات

التسويقية المتعلقة بعناصر المزيج التسويقي في المنظمات عينة الدراسة بوجود علاقة ارتباط معنوية بينهما بلغت (0.744) عند مستوى دلالة (0.01).

- دراسة (العازمي، 2012) بعنوان "دور حوكمة الشركات في رفع القدرة التنافسية للشركات الكويتية".

هدفت إلى التعرف على دور حوكمة الشركات في رفع القدرة التنافسية للشركات الكويتية. وقد تكونت عينة الدراسة من (280) عضو من أعضاء مجلس الإدارة والمديرين الماليين في الشركات الكويتية المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية. وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير لأبعاد الحوكمة على رفع القدرة التنافسية للشركات الكويتية المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية.

- دراسة (قاشي و خلفاوي، 2012) بعنوان " دور الذكاء التسويقي في تحقيق القدرة التنافسية

لنظمات الأعمال الحديثة".

هدفت إلى بيان وإبراز دور الذكاء التسويقي في تحقيق القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال الحديثة، ووصولاً لتحقيق أهداف الدراسة تم الإعتماد على المنهج الإستقرائي من خلال وصف وتحليل مختلف المفاهيم المرتبطة بالذكاء التسويقي والقدرة التنافسية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن إعتقاد منظمات الأعمال الحديثة على الذكاء التسويقي من شأنه أن ينمي قدرة منظمات الأعمال على المنافسة لضمان بقائها وإستمرارها.

(2-6-2) : الدراسات الأجنبية

- دراسة (Ojha, 2008) بعنوان " *Impact of Strategic Agility on Competitive*

Capabilities and Financial Performance."

هدفت إلى بيان أثر الخفة الإستراتيجية على القدرات التنافسية والأداء المالي في عينة من المصانع بالولايات المتحدة الأمريكية وكندا. تكونت عينة الدراسة من (21) مصنعاً كبير الحجم في الولايات الأمريكية وكندا و (260) فرداً مسؤولاً يعملون في هذه المصانع. وبعد إجراء التحليل الإحصائي اللازم توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن الخفة الإستراتيجية لا تؤثر بشكل مباشر على الأداء المالي، وأن الخفة الإستراتيجية مفيدة في تعديل مستويات الإضطراب البيئي المتوسطة.

- دراسة (Kristal, et.al, 2010) بعنوان " *The effect of an ambidextrous supply chain*

strategy on combinative competitive capabilities and business performance."

هدفت إلى بيان أثر إستراتيجية سلسلة التوريد الإستثنائية على القدرات التنافسية المركبة وأداء الأعمال. تكونت عينة الدراسة من (174) مصنعاً في الولايات المتحدة الأمريكية. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام الإستبانة أداة رئيسة، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن إستراتيجية سلسلة التوريد الإستثنائية تؤثر بشكل إيجابي على القدرات التنافسية المركبة، كما أنها تؤثر بشكل إيجابي على الأداء، وأن القدرات التنافسية تؤثر على الأداء بشكل إيجابي.

- **دراسة** (Bustinza, et..al, 2010) **بعنوان** " *Outsourcing, Competitive Capabilities*

and performance: an empirical study in service firms ."

هدفت إلى بيان دور القدرات التنافسية في تعزيز علاقة بين المصادر الخارجية وأداء الشركة، وذلك من خلال التعرف على الأثر المباشر للمصادر الخارجية على أداء الشركة، ومن ثم بيان أثر المصادر الخارجية على القدرات التنافسية، وبيان أثر القدرات التنافسية على أداء الشركة، وأخيراً بيان الدور الذي تلعبه القدرات التنافسية في تعزيز العلاقة بين المصادر الخارجية وأداء الشركة. وقد تكون مجتمع الدراسة من الشركات كبيرة الحجم في إسبانيا، أما عينة الدراسة فقد شملت من (213) فرداً مسؤولاً من العاملين بهذه الشركات. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود دور للقدرات التنافسية في تعزيز العلاقة بين المصادر الخارجية وأداء الشركات محل الدراسة.

- **دراسة** (Lu & Ramamurthy, 2011) **بعنوان** " *Understanding the link between*

Information Technology Capability and Organizational Agility: An empirical Examination ."

هدفت إلى التعرف على الارتباط بين قدرات تكنولوجيا المعلومات والخفة التنظيمية. تكونت عينة الدراسة من (128) مديراً لمؤسسة تعمل في حقل تكنولوجيا المعلومات بالولايات المتحدة الأمريكية. ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثين وبالإستناد إلى الدراسات والبحوث السابقة المتعلقة بموضوع بحثهما بتطوير استبانة تغطي أسئلة الدراسة وأهدافها، وبعد إجراء العمليات الإحصائية المناسبة توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود علاقة إرتباط إيجابية بين قدرات

تكنولوجيا المعلومات ونوعين من الخفة التنظيمية (خفة تعديل العمليات، والخفة المرتبطة برأس المال السوقية).

- **دراسة** (Tallon & Pinsonneault, 2011) **بعنوان** "*Competing Perspectives on the link between Strategic Information Technology Alignment and Organizational Agility: Insights from A Mediation Model*".

هدفت إلى التعرف على العلاقة الإيجابية بين المحاذاة والخفة وكل من الخفة والأداء. تكونت عينة الدراسة من مديري الأعمال التنفيذيين ومديري تكنولوجيا المعلومات في (241) شركة بالولايات المتحدة الأمريكية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن الخفة تتوسط تأثير المحاذاة على الأداء، وأن التقلب البيئي يعدل إيجابياً العلاقة بين الخفة والأداء، كما أن الخفة تؤثر بشكل كبير على الأداء.

- **دراسة** (Attafar, et..al, 2012) **بعنوان** "*Study of Required Organizational Base for Implementation of Agility Strategy in Organizations: Case Study Industrial Entekhab Group*".

هدفت إلى بيان المتطلبات الأساسية لتنفيذ إستراتيجية الخفة في المنظمات بشكل عام وكحالة دراسية في مجموعة **Entekhab** الصناعية. وقد تكون مجتمع الدراسة من كافة المديرين في مجموعة **Entekhab** الصناعية وتم اعتماد أسلوب العينة العشوائية لتحديد حجم أفراد عينة الدراسة والذين بلغ عددهم (200) مديراً، وبعد توزيع الإستبانات أسترد ما مجمله (165) استبانة صالحة لعملية التحليل. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن البنية التحتية لتنفيذ إستراتيجية

الخفة كأهم إستراتيجية تتطلب وجود ثلاثة عوامل رئيسة وهي العوامل التنظيمية، والعوامل الإدارية والعوامل الفردية.

- دراسة (Hosseini, et..al, 2012) بعنوان " An Investigation on the Effect of Supply Chain Integration on Competitive Capability: An Empirical Analysis of Iranian Food Industry "

هدفت إلى بيان أثر تكامل سلسلة التوريد على القدرات التنافسية في قطاع الصناعات الغذائية الإيرانية. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة أعدت خصيصاً لأغراض الدراسة الحالية والتي وزعت على أفراد عينة الدراسة والذين بلغ عددهم (86) فرداً. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن تكامل سلسلة التوريد تؤثر بشكل مباشر وإيجابي على القدرات التنافسية، كما أن التكامل مع الموردين يؤثر بشكل مباشر وسلبى على عناصر القدرات التنافسية المتضمنة قيادة الكلفة والتميز. كما أن التكامل الداخلي لا يؤثر بشكل مباشر على القدرات التنافسية، وأن التكامل الداخلي يؤثر على عناصر القدرات التنافسية (قيادة الكلفة والتميز) بشكل مباشر من خلال التكامل مع الموردين والعملاء.

- دراسة (Boonpattarakan, 2012) بعنوان " Competitive Capabilities of Thai Logistics Industry: Effects on Corporate Image and Performance "

هدفت إلى بيان أثر العوامل الإستراتيجية ذات العلاقة بالقدرات التنافسية على كل من سمعة الشركة وأدائها من حيث الربحية والنمو. تكون حجم عينة الدراسة من (1200) صناعة لوجستية تايلاندية. أما أسلوب تحديد العينة فقد لجأت الباحثة في تحديدها إلى العينة العشوائية. وقد توصلت

الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن الشركات الصناعية محل الدراسة وفي المستوى الأول من بناء قدراتها التنافسية من المفترض أن تركز على تقديم خدمات موثوقة وسريعة، وتوفير الخدمات المختلفة، وتقديم أسعار مغرية، وفي المستوى الثاني فإنه يتطلب منها توفير الاستجابة السريعة للعملاء، وجعل مرافق الخدمات المتاحة جذابة، والتأكد من أن موقع الخدمة مريحة للوصول.

- **دراسة** (Hosseini & Sheikhi, 2012) **بعنوان** " *An Empirical Examination of Competitive Capability's Contribution toward Firm Performance: Moderating Role of Perceived Environmental Uncertainty* ."

هدفت إلى إختبار مساهمة القدرات التنافسية تجاه أداء الشركة، والدور المعدل للاتأكد البيئي المنظور. وقد تكونت عينة الدراسة من (275) فرداً من المديرين من فئة الرؤساء والمديرين التنفيذيين ومديري رقابة الجودة والمديرين الإداريين في قطاع الصناعات الغذائية في فنلندا. وقد توصلت الدراسة إلى أن القدرات التنافسية تؤثر بشكل مباشر وإيجابي على رضا العملاء والأداء المالي والسوقي. وأن تعزيز القدرات التنافسية يؤدي إلى تحسين رضا العملاء وزيادة مستوى الأداء المالي والسوقي. كما أن قدرة قيادة الكلفة تؤثر بشكل إيجابي على كل من الأداء المالي والسوقي ولا تؤثر على رضا العملاء. وأن قدرة التميز تؤثر بشكل مباشر وإيجابي على رضا العملاء، وتؤثر بشكل سلبي على كل من الأداء المالي والسوقي.

- **دراسة** (Oyedijo, 2012) **بعنوان** " *Strategic Agility and Competitive Performance*

"in the Nigerian Telecommunication Industry: An Empirical Investigation

هدفت إلى التعرف على العلاقة بين الخفة الإستراتيجية والأداء التنافسي في صناعة الإتصالات النيجيرية. وقد تكون مجتمع الدراسة من (9) شركات نيجيرية تعمل في مجال الإتصالات. أما عينة الدراسة فقد تضمنت كافة أعضاء الإدارة العليا في كل شركة. وقد تم جمع البيانات التي تم اختبارها إحصائياً من تقارير الشركات وملفاتها. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الخفة الإستراتيجية والأداء التنافسي، وأن الخفة الإستراتيجية تؤثر على الأداء التنافسي في شركات الإتصالات النيجيرية محل الدراسة، وبهذا تعتبر الخفة الإستراتيجية معامل تنبؤ جيد للأداء التنافسي.

- **دراسة** (Idris & AL-Rubaie, 2013) **بعنوان** " *Examining the Impact of Strategic*

"Learning on Strategic Agility

هدفت إلى إختبار أثر التعلم الإستراتيجي على الخفة الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس بالأردن. وقد تكونت عينة الدراسة من (47) مستجيباً من المديرين ورؤساء الأقسام والمهندسين ومشرفي الإنتاج. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود تأثير دال إحصائياً للتعلم الإستراتيجي (توليد المعرفة الإستراتيجية؛ توزيع المعرفة الإستراتيجية؛ تنفيذ المعرفة الإستراتيجية) على الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس في الأردن.

(2-7): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

إن أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة يمكن تلخيصه، بالآتي:

- **من حيث هدف الدراسة:** تنوعت الاتجاهات البحثية للدراسات السابقة، التي هدفت إلى بيان أهمية القدرات التنافسية للمنظمات، بالإضافة إلى الدور الكبير الذي تلعبه هذه القدرات في تحسين الأداء، حين سعت الدراسة الحالية التعرف إلى أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل في شركة ألبا هاوس الأردن.
- **من حيث متغيرات الدراسة:** تعددت المتغيرات التي تم قياسها في الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية، أما في الدراسة الحالية فقد لجأت الباحثة تحديد خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) بالإستناد إلى الخصائص المحددة من قبل (الطائي والخفاجي، 2009). أما ما يرتبط بتحديد أبعاد القدرات التنافسية فقد لجأت الباحثة للإعتماد على ما حدده (Koufteros, et.al, 2002 ; Kristal, et.al, 2010 ; Bustinze, et.al, 2010) وهي (المرونة في إبداع المنتج ؛ الجودة ؛ إعتماذية التسليم ؛ السعر التنافسي). وأخيراً ما يرتبط بقياس الخفة الإستراتيجية فقد لجأت الباحثة إلى الإعتماد على كل من (Ojha, 2008 ؛ Ofoegbu & Akanbi, 2012).

الفصل الثالث الطريقة والإجراءات

- (1-3) : المقدمة.
- (2-3) : منهج الدراسة.
- (3-3) : مجتمع الدراسة وعينتها.
- (4-3) : المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة.
- (5-3) : أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات.
- (6-3) : المعالجة الإحصائية المستخدمة.
- (7-3) : صدق أداة الدراسة وثباتها.

(3-1) : المقدمة

هدفت الدراسة الحالية إلى بيان أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل في شركة ألبا هاوس في الأردن. ولتحقيق هذا الهدف اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي عبر استخدام الأسلوب التطبيقي المتضمن استخدام العديد من الطرق والمعالجات الإحصائية ذات العلاقة بموضوع الدراسة. ويتضمن هذا الفصل منهج الدراسة المتبع، ومجتمع الدراسة وعينتها، ووصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وأدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات، والمعالجات الإحصائية المستخدمة وكذلك فحص صدق أداة الدراسة وثباتها.

(3-2) : منهج الدراسة

تعتبر الدراسة الحالية دراسة استطلاعية، تعتمد على أسلوب المنهج الوصفي التحليلي حيث سيتم استخدام الإستبانة لجمع البيانات والمعلومات حول متغيرات الدراسة المعتمدة من عينة الدراسة. إذ يُعد المنهج الوصفي التحليلي الأكثر ملاءمة في تحقيق أهداف الدراسة الحالية.

(3-3) : مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من كافة العاملين في شركة ألبا هاوس الأردن في كل المواقع التابعة لها. أما عينة الدراسة ستتمثل من كافة المديرين ورؤساء الاقسام ومشرفي الإنتاج العاملين في شركة ألبا هاوس الأردن والمواقع التابعة لها وألبالغ عددهم (111) فرداً مقسمين على النحو التالي:

(16) مديراً، (35) رئيس قسم و (60) مشرف إنتاج. وقد تم توزيع (111) إستبانة على أفراد عينة الدراسة، إسترجع من الإستبانات الموزعة ما مجمله (87) إستبانة. وبعد فحص الإستبانات المسترجعة تبين أن (15) إستبانة غير صالحة للتحليل لعدم إستكمال المعلومات الواردة فيها، وبهذا يصبح عدد الإستبانات الكلي والصالح لعملية التحليل ما مجمله (72) استبانة، وكما هو موضح بالجدول (3 - 1).

الجدول (3 - 1)

عدد الإستبانات الموزعة والمسترجعة والصالحة للتحليل

ت	الفئة	عدد الإستبانات الموزعة	عدد الإستبانات المسترجعة	عدد الإستبانات الصالحة للتحليل
1	مديرين	16	9	5
2	رؤساء أقسام	35	27	23
3	مشرفي إنتاج	60	51	44
	المجموع	111	87	72

(3 - 4) : المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة

توضّح الجداول (3 - 2) ، (3 - 3) ، (3 - 4) ، (3 - 5) ، (3 - 6) ، (3 - 7) المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (العمر ، والجنس ، والمؤهل العلمي ، والتخصص العلمي ، وعدد سنوات الخبرة ، والمركز الوظيفي).

إذ يوضح الجدول (3 - 2) أن 24% من أفراد عينة الدراسة هم من الذين تقلّ أعمارهم عن 30 سنة، وأن 19% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم بين 35 إلى 39 سنة، كما أظهرت النتائج أن 36% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم بين 30 إلى 34 سنة،

وأخيراً، تبين أن نسبة أفراد عينة الدراسة ممن تتراوح أعمارهم من 40 سنة فأكثر ما مجمله 21%.

الجدول (3 - 2)

يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير العمر

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
العمر	أقل من 30 سنة	17	24
	من 30-34 سنة	26	36
	من 35-39 سنة	14	19
	40 سنة فأكثر	15	21
المجموع		72	100

وما يتعلق بمتغير الجنس، فقد أظهرت النتائج المبينة بالجدول (3 - 3) أن 85% من أفراد وحدة المعاينة والتحليل هم من الذكور، وما نسبته 15% هم من الإناث.

الجدول (3 - 3)

يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير الجنس

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكور	61	85
	إناث	11	15
المجموع		72	100

وما يرتبط بمتغير المؤهل العلمي وكما هو موضح بالجدول (3 - 4) فقد تبين أن 57% من أفراد عينة الدراسة هم من حملة درجة البكالوريوس في اختصاصاتهم، وأن 38.7% من أفراد عينة الدراسة هم من حملة ، وأن حملة درجة الماجستير في اختصاصاتهم شكّلت نسبتهم

ما مجمله 36%، كما بيّنت النتائج أن نسبة الأفراد من حملة شهادة الدبلوم العالي في اختصاصاتهم هي 4%، وأخيراً، 3% هم من حملة درجة الدكتوراه في اختصاصاتهم.

الجدول (3 - 4)

يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير المؤهل العلمي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
المؤهل العلمي	بكالوريوس	41	57
	دبلوم عال	3	4
	ماجستير	26	36
	دكتوراه	2	3
المجموع		72	100

وبالنسبة لمتغير التخصص العلمي وكما يظهره الجدول (3 - 5) فقد أظهرت النتائج أن % من أفراد عينة الدراسة هم من المتخصصين بالعلوم الهندسية، وأن ما مجمله 21% من عينة الدراسة هم ممن متخصصين بعلوم الحاسوب، وأن 18% من أفراد عينة الدراسة هم من الحاصلين على مؤهل علمي بالعلوم الإدارية. كما بيّنت النتائج أيضاً أن 6% من عينة الدراسة هم من المتخصصين باختصاصات أخرى.

الجدول (3 - 5)

يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير التخصص العلمي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
التخصص العلمي	علوم هندسية	40	56
	علوم حاسوب	15	21
	علوم إدارية	13	18
	أخرى	4	6
المجموع		72	100

وما يرتبط بمتغير عدد سنوات الخبرة فقد أظهرت النتائج والموضحة بالجدول (3 - 6)

أن ما نسبته 50% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح عدد سنوات خبرتهم العملية من 6 - 10 سنوات؛ وأن 15% هم ممن لديهم خبرة عملية 5 سنوات فأقل. كما أن 18% من أفراد عينة الدراسة هم ممن لديهم خبرة عملية من 11 إلى 15 سنة. وأخيراً، تبين أن إجمالي النسبة المئوية من عينة الدراسة هم ممن لديهم خبرة 16 سنة فأكتر بلغت 17%.

الجدول (3 - 6)

يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير عدد سنوات الخبرة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
عدد سنوات الخبرة	5 سنوات فأقل	11	15
	من 6 - 10 سنوات	36	50
	من 11 - 15 سنة	13	18
	أكثر من 16 سنة	12	17
المجموع		72	100

وأخيراً، بالنسبة لمتغير المركز الوظيفي لأفراد عينة الدراسة، يظهر الجدول (3 - 7) أن 7% هم من المديرين، وأن 32% هم من رؤساء الأقسام، وأخيراً، أن 61% هم من مشرفي الإنتاج.

الجدول (3 - 7)

يوضح توزيع أفراد وحدة المعاينة والتحليل حسب متغير المركز الوظيفي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
المركز الوظيفي	مديرين	5	7
	رؤساء أقسام	23	32
	مشرفي إنتاج	44	61
المجموع		72	100

(3-5) أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

لتحقيق أهداف الدراسة لجأت الباحثة إلى استخدام مصدرين أساسيين لجمع المعلومات، وهما:

المصادر الثانوية، حيث توجهت الباحثة في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة. وكان هدف الباحثة من اللجوء للمصادر الثانوية في الدراسة، التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصوّر عام عن آخر المستجدات التي حدثت في موضوعات الدراسة الحالية.

المصادر الأولية، لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تمّ اللجوء إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة التي قامت الباحثة بإعدادها بالتعاون من الأستاذ الدكتور المشرف كأداة رئيسة للدراسة، والتي شملت عدد من العبارات عكست أهداف الدراسة وأسئلتها، والتي قامت عينة الدراسة بالإجابة عنها، وتمّ استخدام مقياس Likert الخماسي، بحيث أخذت كل إجابة نسبية. ولأغراض التحليل تمّ استخدام البرنامج الإحصائيّ SPSS.

وتضمنت الإستبانة أربعة أجزاء، هي:

الجزء الأول: الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة من خلال (6) متغيرات وهي (العمر ، والجنس ، والمؤهل العلمي ، والتخصص العلمي ، وعدد سنوات الخبرة ، والمركز الوظيفي) لغرض

وصف عيّنة الدّراسة وإجراء بعض المقارنات لاستجابة أفراد العينة على المتغيّرات موضوع الدّراسة في ضوء المتغيّرات الديمغرافيّة.

الجزء الثاني: تضمن مقياس خصائص المعلومات الإستراتيجية عبر ثلاثة أبعاد رئيسة، وهي (دقة المعلومات الإستراتيجية؛ تكاملية المعلومات الإستراتيجية؛ وتجانس المعلومات الإستراتيجية) و(15) فقرة لقياسها، مقسمة على النحو الآتي:

خصائص المعلومات الإستراتيجية	دقة المعلومات الإستراتيجية	تكاملية المعلومات الإستراتيجية	تجانس المعلومات الإستراتيجية
عدد الفقرات	5	5	5

وتراوح مدى الاستجابة من (1 – 5) وفق مقياس LiKert كالآتي:

بدائل الإجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
الدرجة	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

الجزء الثالث: تضمن مقياس القدرات التنافسية على أربعة أبعاد رئيسة، وهي (المرونة في إبداع المنتج؛ الجودة؛ إعتمادية التسليم؛ والسعر التنافسي) و(19) فقرة لقياسها، مقسمة على النحو الآتي:

القدرات التنافسية	المرونة في إبداع المنتج	الجودة	إعتمادية التسليم	السعر التنافسي
عدد الفقرات	4	7	4	4

وتراوح مدى الاستجابة من (1 – 5) وفق مقياس LiKert كالآتي:

لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	بدائل الإجابة
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	الدرجة

الجزء الرابع: تضمن مقياس الخفة الإستراتيجية عبر (10) فقرات لقياسها، وتراوح مدى

الاستجابة من (1 – 5) وفق مقياس Likert كالآتي:

لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	بدائل الإجابة
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	الدرجة

وبهذا تكونت الإستبانة (أداة الدراسة) وبشكلها النهائي من (44) فقرة بمقياس Likert

الخماسي

(3 - 6): المعالجة الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها لجأت الباحثة إلى الرزمة الإحصائية للعلوم

الإجتماعية SPSS – Statistical Package for Social Sciences – بالإضافة إلى استخدام برنامج

Amos Ver.18 المدعم ببرنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية. ومن خلالهما قامت الباحثة

باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة.
- معامل كرونباخ ألفا Cronbach Alpha للتأكد من درجة ثبات المقياس المستخدم.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة ومعرفة الأهمية النسبية لكل فقرة من أبعاد الدراسة.
- اختبار T لعينة واحدة وذلك للتحقق من معنوية الفقرة.
- تحليل الانحدار البسيط والمتعدد لقياس تأثير متغير مستقل واحد أو أكثر على المتغير التابع.
- تحليل الانحدار المتعدد المتدرج Stepwise لقياس تأثير المتغير المستقل (خصائص المعلومات الإستراتيجية) على المتغير التابع (الخفة الإستراتيجية) بوجود المتغير المعدل (القدرات التنافسية).
- وفي حالة وجود تغير دال عند إدخال المتغير المعدل يتم استخدام تحليل المسار Path Analysis باستخدام برنامج AMOS 18 لبيان الأثر المباشر وغير المباشر بين متغيرات الدراسة.
- مستوى الأهمية، والذي تم احتسابه وفقاً للمعادلة التالية:

$$\text{مدى التطبيق} = \frac{\text{العلامة القصوى - العلامة الدنيا}}{3}$$
$$1.33 = \frac{1 - 5}{3} = \text{مدى التطبيق}$$

وبناء على ذلك يكون:

الأهمية المنخفضة من 1 – أقل من 2.33

الأهمية المتوسطة من 2.33 – لغاية 3.66

الأهمية المرتفعة من 3.67 فأكثر

(3 - 7)؛ صدق أداة الدراسة وثباتها

أ) الصدق الظاهري

تم عرض الإستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (5) أساتذة من أعضاء الهيئة التدريسية متخصصين في إدارة الأعمال والتسويق وأسماء المحكمين بالملحق رقم (1)، وقد تم الإستجابة لآراء المحكمين وتم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرجت الإستبانة في صورتها النهائية كما موضح بالملحق رقم (2).

ب) ثبات أداة الدراسة

قامت الباحثة بتطبيق صيغة Cronbach Alpha لغرض التحقق من ثبات أداة الدراسة على درجات أفراد العينة، وعلى الرغم من أن قواعد القياس في القيمة الواجب الحصول عليها غير محددة، إلا أن الحصول على ($\text{Alpha} \geq 0.60$) يعتبر في الناحية التطبيقية للعلوم الإدارية والإنسانية بشكل عام أمراً مقبولاً (Sekaran, 2003). والجدول (3 - 8) يبين نتائج أداة الثبات لهذه الدراسة.

الجدول (3 - 8)

معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)

ت	البعد	عدد الفقرات	قيمة (α) ألفا
1	خصائص المعلومات الإستراتيجية	15	0.935
1 - 1	دقة المعلومات الإستراتيجية	5	0.750
2 - 1	تكاملية المعلومات الإستراتيجية	5	0.932
3 - 1	تجانس المعلومات الإستراتيجية	5	0.933
2	القدرات التنافسية	19	0.957
1 - 2	المرونة في إبداع المنتج	4	0.835
2 - 2	الجودة	7	0.939
3 - 2	إعتمادية التسليم	4	0.931
4 - 2	السعر التنافسي	4	0.910
3	الخفة الإستراتيجية	10	0.809
	الإستبانة ككل	44	0.962

إن يوضح الجدول (3 — 8) قيم الثبات لمتغيرات الدراسة الرئيسية والتي تراوحت بين (0.750) لدقة المعلومات الإستراتيجية كحدّ أدنى، و (0.939) للجودة كحدّ أعلى. كما بلغ معامل ثبات الإستبانة بشكل شموليّ (0.962). وتدلّ مؤشرات كرونباخ ألفا Cronbach Alpha أعلاه على تمتّع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عالٍ ويقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة وفقاً لـ (Sekaran, 2003).

الفصل الرابع النتائج واختبار الفرضيات

(1-4) : المقدمّة.

(2-4) : تحليل نتائج الدراسة.

(3-4) : اختبار فرضيات الدراسة.

(4-1) : المقدمة

يستعرض هذا الفصل نتائج التحليل الإحصائي لاستجابة أفراد عينة الدراسة عن المتغيرات التي اعتمدت فيها من خلال عرض المؤشرات الإحصائية الأولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة والأهمية النسبية، كما يتناول الفصل اختبار فرضيات الدراسة والدلالات الإحصائية الخاصة بكل منها.

(4-2) : تحليل نتائج الدراسة

أولاً: خصائص المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن

لوصف مستوى خصائص المعلومات الإستراتيجية (دقة المعلومات الإستراتيجية: تكاملية المعلومات الإستراتيجية؛ وتجانس المعلومات الإستراتيجية) في شركة ألبا هاوس في الأردن، لجأت الباحثة إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والاختبار التائي "t" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجداول (4-1) ؛ (4-2) ؛ (4-3).

جدول (1-4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى دقة المعلومات الإستراتيجية في شركة

ألبا هاوس في الأردن

ت	دقة المعلومات الإستراتيجية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	لدى الشركة معلومات تسجل القيمة الصحيحة للمعطيات	3.902	0.772	9.922	0.000	2	مرتفعة
2	المعلومات التي تمتلكها الشركة تقيس بشكل دقيق حاجات العملاء	3.847	0.988	7.276	0.000	5	مرتفعة
3	تعبر المعلومات التي تمتلكها الشركة عن التقدير النوعي للخلو من الأخطاء	3.916	0.884	8.798	0.000	1	مرتفعة
4	تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بالوضوح الدقيق	3.875	0.730	10.165	0.000	3	مرتفعة
5	تعكس المعلومات التي تمتلكها الشركة الموقف الذي تعمل به	3.875	0.803	9.237	0.000	3	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لدقة المعلومات الإستراتيجية	3.883	0.594				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.666).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

يشير الجدول (1-4) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بدقة المعلومات

الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين

(3.847-3.916) بمتوسط مقداره (3.883) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى

المرتفع لدقة المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تعبر

المعلومات التي تمتلكها الشركة عن التقدير النوعي للخلو من الأخطاء" بمتوسط حسابي بلغ (3.916) وهو

أعلى من المتوسط الحسابي العام ألبالغ (3.883)، وانحراف معياري بلغ (0.884)، فيما حصلت الفقرة "المعلومات التي تمتلكها الشركة تقيس بشكل دقيق حاجات العملاء" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.847) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي وألبالغ (3.883) وانحراف معياري (0.988).

ويبين الجدول أيضاً أنّ التششت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دقة المعلومات الإستراتيجية بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول دقة المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكوّنة لدقة المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أنّ مستوى دقة المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

كما يظهر الجدول (4—2) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتكاملية المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.986—4.305) بمتوسط مقداره (4.158) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع لتكاملية المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "المعلومات التي تمتلكها الشركة شاملة لطبيعة أعمالها" بمتوسط حسابي بلغ (4.305) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام ألبالغ (4.158)، وانحراف معياري بلغ (0.684)، فيما حصلت الفقرة "المعلومات التي

تمتلكها الشركة حول بيئتها تتصف بالكفاية على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.986)

وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكليّ وألْبالغ (4.158) وانحراف معياري (0.941).

ويبين الجدول أيضاً أنّ التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول تكاملية المعلومات الإستراتيجية بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول تكاملية المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكوّنة لتكاملية المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبيّن أنّ مستوى تكاملية المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (2-4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى تكاملية المعلومات الإستراتيجية في

شركة ألبا هاوس في الأردن

ت	تكاملية المعلومات الإستراتيجية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	المعلومات التي تمتلكها الشركة حول بيئتها تتصف بالكفاية	3.986	0.941	8.884	0.000	5	مرتفعة
2	المعلومات التي تمتلكها الشركة شاملة لطبيعة أعمالها	4.305	0.684	16.181	0.000	1	مرتفعة
3	تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بشموليتها تجاه إحتياجات العملاء	4.180	0.827	12.101	0.000	3	مرتفعة
4	المعلومات التي تمتلكها الشركة بإعطائها تميز بشموليتها للظاهرة المبحوثة	4.277	1.077	10.062	0.000	2	مرتفعة
5	تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بتقديمها مجموعة من الحلول والبدائل المختلفة للظاهرة المبحوثة	4.041	0.999	8.847	0.000	4	مرتفعة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لتكاملية المعلومات الإستراتيجية		4.158	0.812				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.666).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

ويظهر الجدول (3—4) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتجانس المعلومات

الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين

(3.944—4.347) بمتوسط مقداره (4.091) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى

المرتفع لتجانس المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة

"المعلومات التي تمتلكها الشركة تتصف بكونها متنوعة للبيئة الداخلية والخارجية" بمتوسط حسابي بلغ (4.347) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام ألبالغ (4.091)، وانحراف معياري بلغ (0.608)، فيما حصلت الفقرتين "تتصف معلومات الشركة بأنها متناسقة وضمن معايير موحدة ؛ تساهم معلومات الشركة بتوسيع آفاق التحديث والتجديد في تقديم المنتجات" على المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.944) لكل منها وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي وألبالغ (4.091) وانحراف معياري (0.886) لكل منها .

ويبين الجدول أيضاً أنّ التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول تجانس المعلومات الإستراتيجية بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول تجانس المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكوّنة لتجانس المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أنّ مستوى تجانس المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (3-4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى تجانس المعلومات الإستراتيجية في

شركة ألبا هاوس في الأردن

ت	تجانس المعلومات الإستراتيجية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	تتصف معلومات الشركة بأنها متناسقة وضمن معايير موحدة	3.944	0.886	9.042	0.000	4	مرتفعة
2	تساهم معلومات الشركة بتوسيع آفاق التحديث والتجديد في تقديم المنتجات	3.944	0.886	9.042	0.000	4	مرتفعة
3	تتطابق المعلومات التي تمتلكها الشركة مع معطيات الواقع في البيئة التي تعمل بها	4.027	0.768	11.346	0.000	3	مرتفعة
4	تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بأنها ملبية لحاجات المستخدمين منها داخلها	4.194	0.762	13.292	0.000	2	مرتفعة
5	المعلومات التي تمتلكها الشركة تتصف بكونها متنوعة للبيئة الداخلية والخارجية	4.347	0.608	18.776	0.000	1	مرتفعة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لتجانس المعلومات الإستراتيجية		4.091	0.703				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.666).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

ثانياً: القدرات التنافسية في شركة ألبا هاوس في الأردن

لوصف مستوى القدرات التنافسية (المرونة في إبداع المنتج، الجودة، إعتماذية التسليم؛ والسعر التنافسي) في شركة ألبا هاوس في الأردن، لجأت الباحثة إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والاختبار التائي "t" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4-4) ؛ (5-4) ؛ (6-4) ؛ (7-4).

جدول (4-4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى المرونة في إبداع المنتج في شركة ألبا

هاوس في الأردن

ت	المرونة في إبداع المنتج	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	لدى الشركة القدرة على تطوير منتجات مصممة خصيصاً حسب رغبات العميل	3.902	0.936	8.176	0.000	4	مرتفعة
2	لدى الشركة القدرة على تطوير مميزات إضافية لمنتجاتها فريدة من نوعها	4.347	0.608	18.776	0.000	1	مرتفعة
3	لدى الشركة القدرة على تطوير عدد من المميزات الجديدة في منتجاتها	3.944	0.709	11.289	0.000	3	مرتفعة
4	لدى الشركة القدرة على تطوير عدد من المنتجات الجديدة	4.305	0.463	23.881	0.000	2	مرتفعة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للمرونة في إبداع المنتج		4.125	0.679				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى (0.05) (1.666) α ≤ .

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

يظهر الجدول (4-4) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالمرونة في إبداع المنتج في شركة ألبا هاوس في الأردن. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.902 — 4.347) بمتوسط مقداره (4.125) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للمرونة في إبداع المنتج في شركة ألبا هاوس في الأردن. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "لدى الشركة القدرة على تطوير مميزات إضافية لمنتجاتها فريدة من نوعها" بمتوسط حسابي بلغ (4.347) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام ألبالغ (4.125)، وانحراف معياري بلغ (0.608)، فيما حصلت الفقرة "لدى الشركة القدرة على تطوير منتجات مصممة خصيصاً حسب رغبات العميل" على المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.902) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي وألبالغ (4.125) وانحراف معياري (0.936).

ويبين الجدول أيضاً أنّ التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول المرونة في إبداع المنتج بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول المرونة في إبداع المنتج في شركة ألبا هاوس في الأردن. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكوّنة للمرونة في إبداع المنتج في شركة ألبا هاوس في الأردن حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أنّ مستوى المرونة في إبداع المنتج في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

ويبين الجدول (4-5) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالجودة في شركة ألبا هاوس في الأردن. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.972 — 4.152) بمتوسط مقداره (4.061) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للجودة في شركة ألبا هاوس في

الأردن. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات موثوقة تلبي احتياجات العملاء" بمتوسط حسابي بلغ (4.152) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام ألبالغ (4.061)، وانحراف معياري بلغ (1.134)، فيما حصلت الفقرة "لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات ذات جودة عالية تلبي حاجات وتوقعات العملاء" على المرتبة السابعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.972) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي وألبالغ (4.061) وانحراف معياري (0.821).

ويبين الجدول أيضاً أنّ التشنت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الجودة بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول الجودة في شركة ألبا هاوس في الأردن. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكوّنة للجودة في شركة ألبا هاوس في الأردن حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أنّ مستوى الجودة في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (4-5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الجودة في شركة ألبا هاوس في الأردن

ت	الجودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	لدى الشركة القدرة على تقديم المنتجات وفقا لاحتياجات العملاء على مدى زمني بعيد	4.000	0.919	9.230	0.000	5	مرتفعة
2	لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات عالية القيمة لعملائها	4.138	0.737	13.105	0.000	2	مرتفعة
3	لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات آمنة الإستخدام تليبي احتياجات العملاء	4.000	0.750	11.305	0.000	5	مرتفعة
4	لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات موثوقة تليبي احتياجات العملاء	4.152	1.134	8.625	0.000	1	مرتفعة
5	لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات ذات عمر زمني طويل تليبي احتياجات العملاء	4.083	1.031	8.914	0.000	3	مرتفعة
6	لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات ذات جودة عالية تليبي حاجات وتوقعات العملاء	3.972	0.821	10.039	0.000	7	مرتفعة
7	لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات عالية الأداء تليبي احتياجات العملاء	4.083	0.884	10.397	0.000	3	مرتفعة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للجودة		4.061	0.896				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.666).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

جدول (4-6)

المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى إعتماذية التسليم في شركة ألبا هاوس في الأردن

ت	إعتماذية التسليم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات موثوق بها	3.805	0.596	11.456	0.000	4	مرتفعة
2	لدى الشركة القدرة على تسليم منتجاتها في الوقت المحدد	3.944	0.729	10.986	0.000	3	مرتفعة
3	لدى الشركة القدرة على تقديم أنواع عديدة من المنتجات في الوقت المحدد	4.166	0.855	11.568	0.000	1	مرتفعة
4	لدى الشركة القدرة على إيصال الكمية المطلوبة من المنتجات في الوقت المناسب	4.069	1.039	8.734	0.000	2	مرتفعة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لإعتماذية التسليم		3.996	0.805				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.666).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة وألبان (3).

كما يظهر الجدول (4-6) إجابات عيّنة الدّراسة عن العبارات المتعلقة بإعتماذية التسليم في

شركة ألبا هاوس في الأردن. حيث تراوحت المتوسّطات الحسابية لهذا المتغيّر بين (3.805—4.166)

بمتوسط مقداره (3.996) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع لإعتماذية

التسليم في شركة ألبا هاوس في الأردن. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "لدى الشركة القدرة على تقديم أنواع

عديدة من المنتجات في الوقت المحدد" بمتوسط حسابي بلغ (4.166) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام

ألبان (3.996)، وانحراف معياري بلغ (0.855)، فيما حصلت الفقرة "لدى الشركة القدرة على تقديم

منتجات موثوق بها على المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.805) وهو أدنى من المتوسط

الحسابي الكليّ وألبالغ (3.996) وانحراف معياري (0.596).

ويبين الجدول أيضاً أنّ التششت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول اعتمادية

التسليم بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول اعتمادية التسليم في

شركة ألبا هاوس في الأردن. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ

أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول

العبارات المكوّنة لاعتمادية التسليم في شركة ألبا هاوس في الأردن حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل

من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أنّ مستوى اعتمادية التسليم في شركة ألبا هاوس في

الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

كما يوضح الجدول (4-7) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالسعر التنافسي في

شركة ألبا هاوس في الأردن. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.513 — 3.930)

بمتوسط مقداره (3.739) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للسعر

التنافسي لدى شركة ألبا هاوس في الأردن. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة **"لدى الشركة القدرة على المنافسة**

على أساس السعر" بمتوسط حسابي بلغ (3.930) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام ألبالغ (3.739)،

وانحراف معياري بلغ (1.154)، فيما حصلت الفقرة **"لدى الشركة القدرة على تقديم أسعار منخفضة"** على

المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.513) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكليّ وألبالغ

(3.739) وانحراف معياري (1.267).

ويبين الجدول أيضاً أنّ التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول السعر التنافسي بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول السعر التنافسي في شركة ألبا هاوس في الأردن. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكوّنة للسعر التنافسي في شركة ألبا هاوس في الأردن حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبيّن أنّ مستوى السعر التنافسي في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (4-7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى السعر التنافسي في شركة ألبا هاوس

في الأردن

ت	السعر التنافسي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	لدى الشركة القدرة على تقديم أسعار منخفضة	3.513	1.267	3.441	0.001	4	متوسطة
2	لدى الشركة القدرة على تقديم أسعار تنافسية	3.736	0.903	6.912	0.000	3	مرتفعة
3	لدى الشركة القدرة على المنافسة على أساس السعر	3.930	1.154	6.839	0.000	1	مرتفعة
4	لدى الشركة القدرة على تقديم أسعار تنافسية مقارنة مع الشركات الأخرى	3.777	0.859	7.679	0.000	2	مرتفعة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للسعر التنافسي		3.739	1.046				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.666).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

ثالثاً: الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس في الأردن

لوصف مستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس في الأردن، لجأت الباحثة إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والاختبار التائي "أ" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4-8).

إذ يبين الجدول (4-8) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالخفة الإستراتيجية لدى شركة ألبا هاوس في الأردن. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.583 — 4.277) بمتوسط مقداره (3.991) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للخفة الإستراتيجية لدى شركة ألبا هاوس في الأردن. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "أؤمن بامتلاك إدارة الشركة القدرة على المعرفة المسبقة بمقدار استجابة السوق لمنتجاتها" بمتوسط حسابي بلغ (4.277) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام ألبالغ (3.991)، وانحراف معياري بلغ (0.696)، فيما حصلت الفقرة "تسعى إدارة الشركة إلى إشراك العاملين بشكلٍ واسعٍ في صياغة إستراتيجياتها" على المرتبة العاشرة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.583) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكليّ وألبالغ (3.991) وانحراف معياري (0.960). ويدين الجدول أيضاً أنّ التششت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الخفة الإستراتيجية ب فقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول الخفة الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكوّنة للخفة الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن حيث كانت كافة

مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أنّ مستوى الخفة الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عيّنة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (4-8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس في الأردن

ت	الخفة الإستراتيجية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	تسعى إدارة الشركة إلى إشراك العاملين بشكل واسع في صياغة إستراتيجياتها	3.583	0.960	5.153	0.000	10	متوسطة
2	أؤمن بقدرة إدارة الشركة على إحداث التوازن في تركيزها على الأحداث القريبة والبعيدة	4.111	0.617	15.257	0.000	3	مرتفعة
3	تهتم إدارة الشركة بمواجهة التحديات البيئية ذات الآثار المباشرة على نشاطاتها	4.027	0.670	13.002	0.000	5	مرتفعة
4	تتوجه إدارة الشركة باستمرار نحو فهم سلوكيات العملاء واحتياجاتهم لضمان تحقيق السبق الإستراتيجي	3.986	0.847	9.874	0.000	6	مرتفعة
5	أؤمن بأن إدارة الشركة تتقبل الأفكار المتأتية من خارجها وتحوص على مناقشتها باستمرار	3.875	0.838	8.859	0.000	9	مرتفعة
6	أحظ سعي إدارة الشركة المستمر للتعرف على منتجات المنظمات المماثلة لتوجه أداؤها المستقبلي وتخرج من إطار الروتينية في أعمالها	3.958	0.941	8.641	0.000	7	مرتفعة
7	أؤمن بحرص إدارة الشركة المستمر لامتلاك البقطة الإستراتيجية بالأساليب الجديدة في العمل كالأنظمة والتقنيات والتعاون مع الآخرين	4.055	0.602	14.865	0.000	4	مرتفعة
8	تتميز إدارة الشركة بامتلاكها لآليات التفكير المنظم والحدس والقدرة للمبادرة	3.902	0.695	11.018	0.000	8	مرتفعة
9	أؤمن بامتلاك إدارة الشركة القدرة على المعرفة المسبقة بمقدار استجابة السوق لمنتجاتها	4.277	0.696	15.567	0.000	1	مرتفعة
10	يملك الأفراد العاملين في الشركة قدرة على تغيير مسارات أفكارهم بحسب متطلبات المواقف المختلفة للتكيف مع الظروف الجديدة	4.138	0.737	13.105	0.000	2	مرتفعة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للخفة الإستراتيجية		3.991	0.760				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.666).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

(3-4)؛ اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى H_{01}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس)

في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر خصائص

المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا

هاوس الأردن، وكما هو موضح بالجدول (4 – 9).

جدول (4 – 9)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛

التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig* مستوى الدلالة	DF درجات الحرية	F المحسوبة	(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
0.000	5.668	0.566	الدقة	3 بين المجموع	11.545	0.337	0.581	الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن
0.000	4.299	0.464	التكاملية	68 البواقي				
0.003	2.996	0.386	التجانس	71 المجموع				

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$

وضح الجدول (4-9) أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.581) عند مستوى $\alpha \leq 0.05$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.337)، أي أن ما قيمته (0.337) من التغيرات في الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بخصائص المعلومات الإستراتيجية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.566) للدقة ، (0.464) للتكاملية ، (0.222) للتجانس. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخصائص المعلومات الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة في الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بقيمة β (0.566) للدقة ، (0.464) للتكاملية ، (0.222) للتجانس. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (11.545) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسة الأولى، وعليه ترفض الفرضية العدمية (الصفريية) ، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وللتحقق من أثر كل خاصية من خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن، قامت الباحثة بتجزئة الفرضية الرئيسة الأولى إلى ثلاثة فرضيات فرعية ، وكما هو موضح أدناه.

الفرضية الفرعية الأولى HO₁₋₁

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن، وكما هو موضح بالجدول (4 – 10).

جدول (4 – 10)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	0.389	0.151	12.456	1 الانحدار	0.001	0.306	3.529	0.001
				70 البواقي				
				71 المجموع				

يوضح الجدول (4 - 10) تأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.389) عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.151)، أي أن ما قيمته (0.151) من التغيرات في مستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.306). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة في مستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بقيمة (0.306). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (12.456) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. كما بلغت قيمة T المحسوبة والتي بلغت (3.529) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الأولى، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الفرعية الثانية HO₁₋₂

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر خاصية تكاملية

المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن، وكما هو موضح

بالتداول (4 - 11).

جدول (4 - 11)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	0.559	0.312	31.815	1 الانحدار	0.000	0.322	5.640	0.000
				70 البواقي				
				71 المجموع				

يوضح الجدول (4 - 11) تأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة

إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس

الأردن، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.559) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.312)، أي أن ما قيمته (0.312) من التغيرات في مستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.322). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة في مستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بقيمة (0.322). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (31.815) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). كما بلغت قيمة T المحسوبة والتي بلغت (5.640) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الثانية، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الثالثة HO₁₋₃

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر خاصية تجانس

المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن، وكما هو موضح

بالجدول (4 – 12).

جدول (4 - 12)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق

الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	
الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	0.530	0.281	27.370	1	0.000	0.352	5.232	0.000	
				الانحدار	70				البواقي
				المجموع	71				

يوضح الجدول (4 - 12) تأثير خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة

إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس

الأردن، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.530) عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ

(0.281)، أي أن ما قيمته (0.281) من التغيرات في مستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس

الأردن ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية، كما بلغت قيمة

درجة التأثير β (0.352). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخاصية تجانس

المعلومات الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة في مستوى الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن

بقيمة (0.352). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (27.370) وهي دالة عند

مستوى ($\alpha \leq 0.05$). كما بلغت قيمة T المحسوبة والتي بلغت (5.232) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الثالثة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الرئيسية الثانية HO_2

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن، وكما هو موضح بالجدول (4 – 13).

جدول (4 - 13)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛

التجانس) على القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	0.769	0.591	32.810	3	0.000	الدقة	2.996	0.002
				بين المجاميع		التكاملية	2.373	0.020
				البواقي		التجانس	3.280	0.003
				71				

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

وضح الجدول (4 — 13) أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛

التجانس) على القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. إذ أظهرت نتائج التحليل

الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛

التجانس) على القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.769)

عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.591)، أي أن ما قيمته (0.591) من

التغيرات في القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام

بخصائص المعلومات الإستراتيجية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.386) للدقة ، (0.266)

للتكاملية ، (0.394) للتجانس. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخصائص

المعلومات الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة في القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بقيمة β (0.386) للدقة ، (0.266) للتكاملية ، (0.394) للتجانس. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (32.810) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسة الثانية، وعليه ترفض الفرضية العدمية (الصفريّة) ، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) على القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وللتحقق من أثر كل خاصية من خصائص المعلومات الإستراتيجية على القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن، قامت الباحثة بتجزئة الفرضية الرئيسة الثانية إلى ثلاثة فرضيات فرعية ، وكما هو موضح أدناه.

الفرضية الفرعية الأولى HO₂₋₁

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن، وكما هو موضح بالجدول (4 - 14).

جدول (4 - 14)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية على القدرات

التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig* مستوى الدلالة	DF درجات الحرية	F المحسوبة	(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
0.001	3.521	0.399	0.001	1	12.398	0.150	0.388	القدرات
				الانحدار				الإستراتيجية
				70				شركة ألبا
				71			هاوس	
								الأردن

يوضح الجدول (4 - 10) تأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية

لشركة ألبا هاوس الأردن. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية

لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن، إذ بلغ

معامل الارتباط R (0.388) عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.150)، أي

أن ما قيمته (0.150) من التغيرات في مستوى القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن ناتج عن

التغير في مستوى الإهتمام بخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β

(0.399). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخاصية دقة المعلومات

الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة في مستوى القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بقيمة

(0.399). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (12.398) وهي دالة عند مستوى

$(\alpha \leq 0.05)$. كما بلغت قيمة T المحسوبة والتي بلغت (3.521) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الأولى، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا

هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الفرعية الثانية H_{O2-2}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة

ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر خاصية تكاملية

المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن، وكما هو موضح بالجدول

(4 – 15).

جدول (4 - 15)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات

التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	
القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	0.726	0.527	77.856	1	0.000	0.546	8.824	0.000	
				الانحدار	70				البواقي
				المجموع	71				

يوضح الجدول (4 - 15) تأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.726) عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.527)، أي أن ما قيمته (0.527) من التغيرات في مستوى القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.546). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة في مستوى القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بقيمة (0.546). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (77.856) وهي دالة عند

مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. كما بلغت قيمة T المحسوبة والتي بلغت (8.824) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الثانية، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الفرعية الثالثة H_{O2-3}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن، وكما هو موضح بالجدول (4 - 16).

جدول (4 - 16)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات

التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن	0.743	0.552	86.421	1	0.000	0.647	9.296	0.000
				الانحدار	70			
				البواقي	71			
المجموع								

يوضح الجدول (4 - 16) تأثير خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات

التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة

إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس

الأردن، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.743) عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ

(0.552)، أي أن ما قيمته (0.552) من التغيرات في مستوى القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس

الأردن ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية، كما بلغت قيمة

درجة التأثير β (0.647). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخاصية تجانس

المعلومات الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة في مستوى القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن

بقيمة (0.647). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (86.421) وهي دالة عند

مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. كما بلغت قيمة T المحسوبة والتي بلغت (9.296) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الثالثة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الرئيسية الثالثة HO_3

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل، وكما هو موضح بالجدول (4 - 17).

جدول (4 - 17)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير

معدل

القرار	Change Statistics التغيرات الإحصائية					F المحسوبة	(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
	Sig* F Change	DF2	DF1	التغير في معامل التحديد قيمة F (R ²)	التغير في معامل التحديد قيمة F (R ²)				
الإستمرار	0.000	70	1	35.145	0.270	35.145	0.334	0.578	الخفة الإستراتيجية
	0.000	69	1	47.022	0.334	52.637	0.604	0.777	شركة ألبا هاوس الأردن

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

إذ تشير نتائج الجدول (4 - 17) بأن إدخال متغير القدرات التنافسية بين خصائص المعلومات الإستراتيجية وتحقيق الخفة الإستراتيجية قد حسن من معامل التحديد بقيمة بلغت (0.334) وأن معنوية هذا التحسين تبينت من خلال قيمة التغير في مستوى دلالة المقياس الإحصائي (F) والتي بلغت (0.000)، وهو ما يعني الإستمرار في عملية التحليل والانتقال إلى إجراء تحليل المسار بإستخدام برنامج AMOS 18.

إذ يوضح الجدول (4 - 18) نتائج تحليل المسار لتأثير خصائص المعلومات الإستراتيجية مجتمعة في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير معدل. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات

الإستراتيجية مجتمعاً في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل، إذا بلغت قيمة Chi^2 المحسوبة (16.961)، وهي ذات دلالة عند مستوى α (≤ 0.05). وبلغت قيمة Goodness of Fit Index (GFI) وهو مؤشر ملاءمة الجودة ما قيمته (0.910) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح (الملاءمة التامة). وبنفس السياق بلغ مؤشر المواءمة المقارن Comparative Fit Index (CFI) (0.886) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح. فيما بلغ التأثير المباشر لخصائص المعلومات الإستراتيجية مجتمعاً على القدرات التنافسية (0.770)، وهو ما يشير إلى أن خصائص المعلومات الإستراتيجية مجتمعاً تؤثر على القدرات التنافسية، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بخصائص المعلومات الإستراتيجية من قبل شركة ألبا هاوس الأردن من شأنه توليد تأثير على القدرات التنافسية. وبذات السياق بلغ التأثير المباشر للقدرات التنافسية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن (0.539)، وهو ما يشير إلى أن القدرات التنافسية تؤثر في تحقيق الخفة الإستراتيجية، وبالتالي فإن زيادة الإهتمام بالقدرات التنافسية من شأنه توليد تأثير في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. وقد بلغ التأثير غير المباشر لخصائص المعلومات الإستراتيجية مجتمعاً في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بدخول القدرات التنافسية (0.409)، وهو ما يؤكد الدور الذي تلعبه القدرات التنافسية كمتغير معدل في أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. كما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الأول (خصائص المعلومات الإستراتيجية ← القدرات التنافسية) (11.971) وهي ذات دلالة عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ ، فيما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الثاني (القدرات التنافسية ← الخفة الإستراتيجية) (6.558) وهي ذات دلالة عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ ،

وهذه النتيجة تشير إلى أن هناك تأثير لخصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بدخول القدرات التنافسية كمتغير معدل. إذ إن زيادة الاهتمام بخصائص المعلومات الإستراتيجية من قبل شركة ألبا هاوس الأردن في ظل إدخال القدرات التنافسية من شأنه توليد تأثير في تحقيق الخفة الإستراتيجية، وهي نتيجة عملية تساهم بتحقيق جزء من أهداف الدراسة. وعليه ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة معنوية لخصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير معدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (4 - 18)

نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر لخصائص المعلومات الإستراتيجية مجتمعة في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة

ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	المسار	Indirect Effect قيمة معامل التأثير غير المباشر	Direct Effect قيم معاملات التأثير المباشر	Sig* مستوى الدلالة	CFI	GFI	Chi ² المحسوبة	البيان
0.000	11.971	CC ← SIC	*0.409	0.770	0.000	0.886	0.910	16.961	خصائص المعلومات الإستراتيجية مجتمعة في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل
0.000	6.558	SA ← CC		0.539					

GFI : Goodness of Fit Index must Proximity to one

CFI : Comparative Fit Index must Proximity to one

SIC : Strategic Information Characteristics

CC : Competitive Capabilities

SA : Strategic Agility

مؤشر ملاءمة الجودة ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

مؤشر الموازنة المقارن ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

خصائص المعلومات الإستراتيجية

القدرات التنافسية

الخفة الإستراتيجية

* التأثير غير المباشر عبارة عن حاصل ضرب معاملات قيم التأثير المباشر بين المتغيرات

الفرضية الفرعية الأولى HO₃₋₁

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر خاصية دقة

المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات

التنافسية كمتغير مُعدل، وكما هو موضح بالجدول (4 – 19).

جدول (4 – 19)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

القرار	التغيرات الإحصائية Change Statistics					F المحسوبة	(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
	Sig* F Change	DF2	DF1	التغير في معامل التحديد قيمة F (R ²)	التغير في معامل التحديد قيمة F (R ²)				
الإستمرار	0.001	70	1	12.456	0.151	12.456	0.151	0.389	الخفة الإستراتيجية
	0.000	69	1	82.317	0.462	54.622	0.613	0.783	لشركة ألبا هاوس الأردن

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

إذ تشير نتائج الجدول (4 – 19) بأن إدخال متغير القدرات التنافسية بين خاصية دقة

المعلومات الإستراتيجية وتحقيق الخفة الإستراتيجية قد حسن من معامل التحديد بقيمة بلغت

(0.462) وأن معنوية هذا التحسين تبينت من خلال قيمة التغير في مستوى دلالة المقياس الإحصائي (F) والتي بلغت (0.000)، وهو ما يعني الإستمرار في عملية التحليل والانتقال إلى إجراء تحليل المسار باستخدام برنامج AMOS 18.

إذ يوضح الجدول (4 - 20) نتائج تحليل المسار لتأثير خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية مجتمعة في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل، إذا بلغت قيمة χ^2 المحسوبة (6.622)، وهي ذات دلالة عند مستوى $\alpha \leq 0.05$. وبلغت قيمة Goodness of Fit Index (GFI) وهو مؤشر لملاءمة الجودة ما قيمته (0.961) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح (الملاءمة التامة). وبنفس السياق بلغ مؤشر المواءمة المقارن Comparative Fit Index (CFI) (0.926) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح. فيما بلغ التأثير المباشر لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية مجتمعة على القدرات التنافسية (0.544)، وهو ما يشير إلى أن خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية مجتمعة تؤثر على القدرات التنافسية، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية من قبل شركة ألبا هاوس الأردن من شأنه توليد تأثير على القدرات التنافسية. وبذات السياق بلغ التأثير المباشر للقدرات التنافسية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن (0.539)، وهو ما يشير إلى أن القدرات التنافسية تؤثر في تحقيق الخفة الإستراتيجية، وبالتالي فإن زيادة الإهتمام بالقدرات التنافسية من شأنه توليد تأثير في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. وقد بلغ التأثير غير المباشر لخاصية دقة

المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بدخول القدرات التنافسية (0.293)، وهو ما يؤكد الدور الذي تلعبه القدرات التنافسية كمتغير معدل في أثر خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. كما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الأول (خاصية دقة المعلومات الإستراتيجية ← القدرات التنافسية) (6.635) وهي ذات دلالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، فيما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الثاني (القدرات التنافسية ← الخفة الإستراتيجية) (6.558) وهي ذات دلالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تشير إلى أن هناك تأثير لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بدخول القدرات التنافسية كمتغير معدل. إذ إن زيادة الاهتمام بخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية من قبل شركة ألبا هاوس الأردن في ظل إدخال القدرات التنافسية من شأنه توليد تأثير في تحقيق الخفة الإستراتيجية، وهي نتيجة عملية تساهم بتحقيق جزء من أهداف الدراسة. وعليه ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة معنوية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير معدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (4 - 20)

نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا

هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	المسار	Indirect Effect قيمة معامل التأثير غير المباشر	Direct Effect قيم معاملات التأثير المباشر	Sig* مستوى الدلالة	CFI	GFI	Chi ² المحسوبة	البيان
0.000	6.635	CC ← SIA	*0.293	0.544	0.000	0.926	0.961	6.622	دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل
0.000	6.558	SA ← CC		0.539					

GFI : Goodness of Fit Index must Proximity to one

CFI : Comparative Fit Index must Proximity to one

SIA : Strategic Information Accuracy

CC : Competitive Capabilities

SA : Strategic Agility

مؤشر ملاءمة الجودة ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

مؤشر الموازنة المقارن ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

دقة المعلومات الإستراتيجية

القدرات التنافسية

الخفة الإستراتيجية

* التأثير غير المباشر عبارة عن حاصل ضرب معاملات قيم التأثير المباشر بين المتغيرات

الفرضية الفرعية الثانية HO₃₋₂

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية متغير كمعدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر خاصية تكاملية

المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات

التنافسية كمتغير مُعدل، وكما هو موضح بالجدول (4 - 21).

جدول (4 - 21)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

القرار	Change Statistics التغيرات الإحصائية					F المحسوبة	(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
	Sig* F Change	DF2	DF1	التغير في معامل التحديد قيمة F (R ²)	التغير في معامل التحديد قيمة F (R ²)				
الإستمرار	0.000	70	1	31.815	0.292	31.815	0.312	0.559	الخفة الإستراتيجية
	0.000	69	1	50.791	0.312	52.618	0.604	0.777	شركة ألبا هاوس الأردن

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

إذ تشير نتائج الجدول (4 - 21) بأن إدخال متغير القدرات التنافسية بين خاصية تكاملية

المعلومات الإستراتيجية وتحقيق الخفة الإستراتيجية قد حسن من معامل التحديد بقيمة بلغت

(0.312) وأن معنوية هذا التحسين تبينت من خلال قيمة التغير في مستوى دلالة المقياس الإحصائي

(F) والتي بلغت (0.000)، وهو ما يعني الإستمرار في عملية التحليل والانتقال إلى إجراء تحليل المسار باستخدام برنامج AMOS 18.

إذ يوضح الجدول (4 — 22) نتائج تحليل المسار لتأثير خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية مجتمعة في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل، إذا بلغت قيمة χ^2 المحسوبة (14.864)، وهي ذات دلالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وبلغت قيمة Goodness of Fit Index (GFI) وهو مؤشر ملاءمة الجودة ما قيمته (0.919) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح (الملاءمة التامة). وبنفس السياق بلغ مؤشر المواءمة المقارن Comparative Fit Index (CFI) (0.874) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح. فيما بلغ التأثير المباشر لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية (0.669)، وهو ما يشير إلى أن خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية تؤثر على القدرات التنافسية، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية من قبل شركة ألبا هاوس الأردن من شأنه توليد تأثير على القدرات التنافسية. وبذات السياق بلغ التأثير المباشر للقدرات التنافسية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن (0.539)، وهو ما يشير إلى أن القدرات التنافسية تؤثر في تحقيق الخفة الإستراتيجية، وبالتالي فإن زيادة الإهتمام بالقدرات التنافسية من شأنه توليد تأثير في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. وقد بلغ التأثير غير المباشر لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بدخول

القدرات التنافسية (0.360)، وهو ما يؤكد الدور الذي تلعبه القدرات التنافسية كمتغير معدل في أثر خاصة تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. كما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الأول (خاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية ← القدرات التنافسية) (9.234) وهي ذات دلالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، فيما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الثاني (القدرات التنافسية ← الخفة الإستراتيجية) (6.558) وهي ذات دلالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تشير إلى أن هناك تأثير لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بدخول القدرات التنافسية كمتغير معدل. إذ إن زيادة الاهتمام بخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية من قبل شركة ألبا هاوس الأردن في ظل إدخال القدرات التنافسية من شأنه توليد تأثير في تحقيق الخفة الإستراتيجية، وهي نتيجة عملية تساهم بتحقيق جزء من أهداف الدراسة. وعليه ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة معنوية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير معدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq$)

(0.05).

جدول (4 - 22)

نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا

هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	المسار	Indirect Effect قيمة معامل التأثير غير المباشر	Direct Effect قيم معاملات التأثير المباشر	Sig* مستوى الدلالة	CFI	GFI	Chi ² المحسوبة	البيان
0.000	9.234	CC ← SII	*0.360	تكاملية المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية	0.000	0.874	0.919	14.864	تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل
0.000	6.558	SA ← CC		القدرات التنافسية في تحقيق الخفة الإستراتيجية					

GFI : Goodness of Fit Index must Proximity to one

CFI : Comparative Fit Index must Proximity to one

SII : Strategic Information Integrative

CC : Competitive Capabilities

SA : Strategic Agility

مؤشر ملاءمة الجودة ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

مؤشر الموازنة المقارن ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

تكاملية المعلومات الإستراتيجية

القدرات التنافسية

الخفة الإستراتيجية

* التأثير غير المباشر عبارة عن حاصل ضرب معاملات قيم التأثير المباشر بين المتغيرات

الفرضية الفرعية الثالثة HO₃₋₃

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر خاصية تجانس

المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات

التنافسية كمتغير مُعدل، وكما هو موضح بالجدول (4 – 23).

جدول (4 – 23)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

القرار	التغيرات الإحصائية Change Statistics					F المحسوبة	(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
	Sig* F Change	DF2	DF1	التغير في معامل التحديد قيمة F (R ²)	التغير في معامل التحديد قيمة F (R ²)				
الإستمرار	0.000	70	1	27.370	0.281	27.370	0.281	0.530	الخفة الإستراتيجية
	0.000	69	1	57.856	0.328	53.728	0.609	0.780	لشركة ألبا هاوس الأردن

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$

إذ تشير نتائج الجدول (4 – 23) بأن إدخال متغير القدرات التنافسية بين خاصية تجانس

المعلومات الإستراتيجية وتحقيق الخفة الإستراتيجية قد حسن من معامل التحديد بقيمة بلغت

(0.328) وأن معنوية هذا التحسين تبينت من خلال قيمة التغير في مستوى دلالة المقياس الإحصائي (F) والتي بلغت (0.000)، وهو ما يعني الإستمرار في عملية التحليل والانتقال إلى إجراء تحليل المسار باستخدام برنامج AMOS 18.

إذ يوضح الجدول (4 — 24) نتائج تحليل المسار لتأثير تجانس تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية مجتمعة في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل، إذا بلغت قيمة χ^2 المحسوبة (18.944)، وهي ذات دلالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وبلغت قيمة Goodness of Fit Index (GFI) وهو مؤشر ملاءمة الجودة ما قيمته (0.901) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح (الملاءمة التامة). وبنفس السياق بلغ مؤشر المواءمة المقارن Comparative Fit Index (CFI) (0.852) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح. فيما بلغ التأثير المباشر لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية على القدرات التنافسية (0.696)، وهو ما يشير إلى أن خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية تؤثر على القدرات التنافسية، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية من قبل شركة ألبا هاوس الأردن من شأنه توليد تأثير على القدرات التنافسية. وبذات السياق بلغ التأثير المباشر للقدرات التنافسية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن (0.539)، وهو ما يشير إلى أن القدرات التنافسية تؤثر في تحقيق الخفة الإستراتيجية، وبالتالي فإن زيادة الإهتمام بالقدرات التنافسية من شأنه توليد تأثير في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. وقد بلغ التأثير غير المباشر لخاصية

تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بدخول القدرات التنافسية (0.375)، وهو ما يؤكد الدور الذي تلعبه القدرات التنافسية كمتغير معدل في أثر خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن. كما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الأول (خاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية ← القدرات التنافسية) (9.927) وهي ذات دلالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، فيما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الثاني (القدرات التنافسية ← الخفة الإستراتيجية) (6.558) وهي ذات دلالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تشير إلى أن هناك تأثير لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بدخول القدرات التنافسية كمتغير معدل. إذ إن زيادة الاهتمام بخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية من قبل شركة ألبا هاوس الأردن في ظل إدخال القدرات التنافسية من شأنه توليد تأثير في تحقيق الخفة الإستراتيجية، وهي نتيجة عملية تساهم بتحقيق جزء من أهداف الدراسة. وعليه ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة معنوية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة

الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير معدل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq$

0.05).

جدول (4 - 24)

نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا

هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	المسار	Indirect Effect قيمة معامل التأثير غير المباشر	Direct Effect قيم معاملات التأثير المباشر	Sig* مستوى الدلالة	CFI	GFI	Chi ² المحسوبة	البيان
0.000	9.927	CC ← SIH	*0.375	0.696	0.000	0.852	0.901	18.944	تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية كمتغير مُعدل
0.000	6.558	SA ← CC		0.539					القدرات التنافسية في تحقيق الخفة الإستراتيجية

GFI : Goodness of Fit Index must Proximity to one

CFI : Comparative Fit Index must Proximity to one

SIH : Strategic Information Homogeneity

CC : Competitive Capabilities

SA : Strategic Agility

مؤشر ملاءمة الجودة ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

مؤشر الموازنة المقارن ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

تجانس المعلومات الإستراتيجية

القدرات التنافسية

الخفة الإستراتيجية

* التأثير غير المباشر عبارة عن حاصل ضرب معاملات قيم التأثير المباشر بين المتغيرات

الفصل الخامس

النتائج ... الإستنتاجات ... التوصيات

(1 - 5) : المقدمة.

(2 - 5) : النتائج.

(3 - 5) : الاستنتاجات.

(4 - 5) : التوصيات.

(5-1) : المقدمة

هدفت الدراسة الحالية إلى بيان أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل في شركة ألبا هاوس في الأردن، وعليه أُفرد هذا الفصل لاستعراض نتائج الدراسة واستنتاجاتها وتوصياتها، كما يلي:

(5-2) : النتائج

1. أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن مستوى خصائص المعلومات الإستراتيجية (دقة المعلومات الإستراتيجية؛ تكاملية المعلومات الإستراتيجية؛ وتجانس المعلومات الإستراتيجية) في شركة ألبا هاوس في الأردن محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كانت جميعها مرتفعة، إذ تراوحت قيم المتوسط الحسابي لهذه الخصائص ما بين (4.158) لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية، و(3.883) لدقة المعلومات الإستراتيجية.
2. تبين أن مستوى دقة المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.
3. تبين أن مستوى تكاملية المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.
4. تبين أن مستوى تجانس المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

5. أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن مستوى القدرات التنافسية (المرونة في إبداع المنتج؛ الجودة؛ اعتمادية التسليم؛ والسعر التنافسي) في شركة ألبا هاوس في الأردن محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كانت جميعها مرتفعة، إذ تراوحت قيم المتوسط الحسابي لهذه الخصائص ما بين (4.125) للمرونة في إبداع المنتج، و(3.739) للسعر التنافسي.

6. تبين أن مستوى المرونة في إبداع المنتج في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

7. تبين أن مستوى الجودة في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

8. تبين أن مستوى اعتمادية التسليم في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

9. تبين أن مستوى السعر التنافسي في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

10. تبين أن مستوى الخفة الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس في الأردن من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

11. وجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

12. وجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص المعلومات الإستراتيجية (الدقة ؛ التكاملية ؛ التجانس) على القدرات الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

13. وجود تأثير ذي دلالة معنوية لخصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية متغير مُعدل عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
14. وجود تأثير ذي دلالة معنوية لخاصية دقة المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية متغير مُعدل عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
15. وجود تأثير ذي دلالة معنوية لخاصية تكاملية المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية متغير مُعدل عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
16. وجود تأثير ذي دلالة معنوية لخاصية تجانس المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية لشركة ألبا هاوس الأردن بوجود القدرات التنافسية متغير مُعدل عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

(3-5)؛ الاستنتاجات

1. المعلومات الإستراتيجية تمكن من ترشيد عملية اتخاذ القرارات، حيث تعد مفيدة لدعم صانعي القرار الإداري في حالة القرارات شبه الهيكلية، كما تزود النظام المديرين بأدوات معلوماتية (جداول؛ ورسوم؛ ونماذج؛ ومحاكاة) تساعد على حل المشكلات شبه الهيكلية وغير الهيكلية.
2. المعلومات الإستراتيجية معلومات تلقى الضوء على ما يدور في بيئة المنظمة الداخلية والخارجية أثناء قيامها بنشاط صناعي وخدماتي من أجل المساعدة في اتخاذ القرار الإستراتيجي.
3. القدرة التنافسية خاصية معينة أو مجموعة خصائص تمتلكها المنظمة وتميزها عن غيرها من المنظمات، بحيث تحقق لها موقفاً قوياً تجاه مختلف الأطراف، وإن التحدي الأساسي الذي تتعرض له

أية منظمة ليس إنتاجاً أو تقديم منتجات بل القدرة على الإشباع المستمر لحاجات ورغبات السوق المتغيرة.

4. تتحدد نوعية ومدى جودة القدرات التنافسية بثلاثة ظروف هي مصدر القدرة، عدد مصادر القدرة التي تمتلكها المنظمة، ودرجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في القدرة.

5. ظهر الاهتمام بمصطلح خفة الإستراتيجية بوصفه من الموجهات الأساسية للأداء لمنظمات الأعمال، وفي هذا الاتجاه يمكن إجمال أهمية خفة الحركة الإستراتيجية لمنظمات الأعمال وحسب وجهة نظر البعض من الكتاب والباحثين.

6. شكلت الخفة الإستراتيجية السمة المميزة للمنظمات المعاصرة، فقد قدمت بعض الدراسات النظرية والعملية، مفاهيم متنوعة لخفة الحركة الإستراتيجية بوصفها عاملاً مؤثراً في تفسير كيفية أداء المنظمات لأعمالها، بسرعة ودقة تمكّنها من التفوق على منافسيها في بيئة أعمالها.

7. التغيرات السريعة والمستمرة التي تشهدها البيئة في العصر الحالي تحتم على المنظمات العمل في ظل الظروف البيئية المتغيرة والديناميكية وغير المستقرة، الأمر الذي تطلب منها السعي نحو توافر قدرات دينامية مرهونة بقدرتها على توظيف نشاطاتها وإمكاناتها الداخلية في ضوء تحليل دقيق واستجابة سريعة لعوامل البيئة الخارجية والتنافسية من أجل اختيار الإستراتيجيات الملائمة التي تتمكن من خلالها تحقيق خفة الحركة الإستراتيجية لديها.

(4 - 5) : التوصيات

1. ضرورة إنشاء وحدة متخصصة ضمن الهيكل التنظيمي لشركة ألبا هاوس تسمى بوحدة المعلومات الإستراتيجية يكون دورها الرئيسي توفير المعلومات الإستراتيجية بخصائص معينة وأن تكون المعلومات الإستراتيجية المجمعّة من قبل هذه الوحدة تساهم في صنع القرارات الإستراتيجية.
2. ضرورة الاعتماد على نظام المعلومات الإستراتيجية في شركة ألبا هاوس وذلك للدور الإستراتيجي لمخرجاته والمتمثلة بالمعلومات الإستراتيجية وما تتمتع به هذه المعلومات من خصائص إذ تساهم بشكل كبير في عملية صنع القرارات، واعتبار المعلومات الإستراتيجية في تلك المنظمات إحدى الموارد الإستراتيجية المهمة وأهم المدخلات التي يتوقف عليها نجاح أو فشل صنع القرارات.
3. ضرورة قيام شركة ألبا هاوس بالتوجه والتحوّل إلى شركة تمتاز بخفة الحركة الإستراتيجية بإنشاء وحدات تنظيمية متخصصة في إدارة المعرفة وعميلاتها تسند إليها مهمة تحقيق التواصل بين الشركة والزبائن، وكذلك التعلّم المستمر لكل ما هو جديد في مجال عملها، وتتمثل وظائف هذه الوحدات كما يأتي:
4. إن التحوّل إلى منظمة خفيفة الحركة إستراتيجياً غالباً ما تحتاج إلى بيئة عمل ملائمة تتوافر فيها الإمكانيات المادية والمالية والبشرية والمعلوماتية والتقنية ونظم العمل والآليات المناسبة، كما تحتاج إلى ثقافة تنظيمية مساندة تشجع على التفكير الإبداعي الذي يقود إلى التفوق والتميز.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربيّة.

ثانياً: المراجع الأجنبيّة.

أولاً: المراجع العربية

1. أبو جاور، سحر فالح، (2009)، "أثر العوامل الداخلية والخارجية على تطبيق الأعمال الالكترونية لتحقيق القدرة التنافسية في منظمات الأعمال الأردنية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية، عمان: الأردن.
2. إسماعيل، عماد أحمد، (2011)، "خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة الإستراتيجي في الإدارتين العليا والوسطى: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة: فلسطين.
3. أيوب، نادية حبيب، (1996)، "نموذج عام لنظام المعلومات الإستراتيجي"، مجلة جامعة الملك سعود، العلوم الإدارية، المجلد (8)، العدد (1): 108 - 127.
4. الحسنية، سليم، (2006)، "نظم المعلومات الإدارية: نما"، الطبعة الثالثة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
5. خليل، نبيل مرسي، (2009)، "القدرة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية: مصر.
6. الراشدي، علي مبارك، (2011)، "أثر التوافق بين نظم المعلومات وأداء القيادة العامة لشرطة أبوظبي على جودة الخدمات المقدمة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان: الأردن.
7. رويح، كمال، (2004)، "دراسة مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية: دراسة ميدانية"، المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد (11)، العدد (2): 1 - 22.

8. الزعبي، حسن علي، (2005)، "نظم المعلومات الإستراتيجية: مدخل إستراتيجي"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.

9. سلطان، ابراهيم، (2005)، "نظم المعلومات الإدارية: مدخل النظم"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الزاريفة، الإسكندرية: مصر.

10. الشمري، سجي عبد الجبار، (2006)، "إدارة المعرفة ودورها في عملية التنشيط الإستراتيجي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، بغداد: العراق.

11. صادق، درمان سليمان، (2011)، "دور خصائص المعلومات الإستراتيجية في صنع قرارات المزيج التسويقي: بحث إستطلاعي لرأي المدراء في منظمات صناعية مختارة في إنتاج المياه المعدنية إقليم كردستان العراق"، إلى المؤتمر 17 لجمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي، "الدور المتغير لإختصاصيي المعلومات في اقتصاد المعرفة: التحديات والفرص"، 8 – 10 مارس، مسقط، سلطنة عمان: 1 – 33.

12. صالح، دلفين محمد، (2007)، "دور القيادة الرؤيوية ومخرجات نظام المعلومات الإستراتيجي في التميز المنظمي: دراسة ميدانية لعينة من منظمات محافظة اربيل"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة صلاح الدين، إربيل: العراق.

13. الطائي، محمد عبد حسين؛ والخفاجي، نعمه عباس، (2009)، "نظم المعلومات الإستراتيجية: منظور الميزة التنافسية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.

14. العازمي، جمال عبيد، (2012)، "دور حوكمة الشركات في رفع القدرة التنافسية للشركات الكويتية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان: الأردن.

15. عبد الحميد، جابر ؛ وكفافي، علاء، (1992)، "معجم علم النفس والطب النفسي"، الجزء الخامس، القاهرة، النهضة العربية.
16. قاشي، خالد وخلفاوي، حكيم، (2012)، "دور الذكاء التسويقي في تحقيق القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال الحديثة"، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، "ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة"، جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 23 - 26 ابريل، عمان، الأردن: 771 - 791.
17. لزهري، علمي، (2006)، "أهمية نظام المعلومات التسويقي في اتخاذ القرارات التسويقية"، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر.
18. مصطفى، أحمد سيد، (2008)، "إعادة البناء كمدخل تنافسي"، أخبار الإدارة، النشرة الفصلية عن المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد (16)، أيلول.
19. المعاضيدي، معن وعدالله، (2008)، "الاستعداد للتغيير الإستراتيجي استناداً على قدرات تقانة المعلومات: دراسة حالة منظمة صناعية"، بحث مشارك في المؤتمر العلمي الدولي السنوي الثامن، إدارة التغيير ومجتمع المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، الأردن: 1 - 24.
20. المعاضيدي، معن وعدالله جارالله، (2011)، "قدرات تقنية المعلومات وأثرها في خفة الحركة الإستراتيجية: دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى"، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد (7)، العدد (29): 85 - 108.
21. النعيمي، محمد عبد العال؛ صويص، راتب جليل؛ صويص، غالب جليل، (2009)، "إدارة الجودة المعاصرة"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
22. الهادي، محمد محمد، (2001)، "نظم المعلومات في المنظمات المعاصرة"، دار الشروق، القاهرة: مصر.

23. ياسين، سعد غالب، (2006)، "اساسيات نظم المعلومات الإدارية: تكنولوجيا المعلومات"، الطبعة الأولى،

دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Abbott, A & Banerji, K, (2003), “Strategic flexibility and firm performance: the case of US based transnational corporations”, ***Global Journal of Flexible Systems Management***, Vol. 4, No. 1 & 2: 1-8.
2. Attafar, Ali; Ghandehari, Mahsa and Momeni, Golnaz, (2012), “Study of Required Organizational Base for Implementation of Agility Strategy in Organizations (Case Study: Industrial Entekhab Group)”, ***Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business***, Vol. 3, No.11: 141 – 150.
3. Banerjee, P., (2003), “Resource dependence and core competence: insights from Indian software firms”, ***Technovation***, Vol. 23: 251-263.
4. Becker, Bob. (2007). Strategic Agility: The Ultimate Competitive Advantage. www.sa-advantage.com: 1-9.
5. Beltrame, Kieren. (2008), “Strategic Agility: Driving Business Efficiency without Eroding Competitive Advantage with Paper”, Business & Strategy Consulting Firm, www.iproconhcm.co.uk: 1-6.
6. Boonpattarakan, Apicha, (2012), “Competitive Capabilities of Thai Logistics Industry: Effects on Corporate Image and Performance”, ***International Journal of Business and Management***, Vol. 7, No. 5: 19 – 30.
7. Bustinza, O.F; Arias-Aranda, D and Gutierrez-Gutierrez, L, (2010), “Outsourcing, competitive capabilities and performance: an empirical study in service firms”, ***International Journal of Production Economics***, Vol.126: 276 – 288.

8. Campus, Leonardo, (2007), "Strategic Information Systems Planning: A Case Study From The Financial Services Industry", ***The Journal Of Strategic Information Systems***, Vol. 16, Issue 1.
9. Cole, David & Turner, J., (1993), "Models of cognitive mediation and moderation in child depression", ***Journal of Abnormal Psychology***, Vol.102, No. 2: 271- 281.
10. Covin, J. G; Slevin, D. P and Heeley, M. B, (2010), "Pioneers and Followers: Competitive Tactics, Environment, and Firm Growth", ***Journal of Business Venturing***, Vol.15, No.2: 175–210.
11. Cutter, Consortium, (2006), "Strategic Agility: Beyond IT", www.researchandmarkets.com: 1-3.
12. Daniel, L. & Wilson, H, (2004), "Action research in turbulent environments: An example of e-commerce prioritization", ***European Journal of Marketing***, Vol. 38, No.4.
13. D'Aven, R. A, (1994), "***Hypercompetition: Managing the Dynamic of Strategic Management***", Free Press, New York.
14. Dess, G.G.; Lumpkin, G.T & peridis, T., (2006), "***Strategic Management: Creating Competitive Advantages***", Canadian Ed, McGraw-hill Ryerson: U.S.A.
15. Doz, Yves, Kosonen, Mikko (2007), Strategic Agility: An Example of Joint Research Between Industry and Academian, ***EFMD Annual Conference***, June, 12th., 2007: 1-22
16. Doz, Yves, Kosonen, Mikko, (2006), ***Fostering Strategic Agility In Search for Renewal Growth***, www.agilityconsulting.com.2006
17. Doz, Yves, (2007), "The Need for Strategic Agility", ***Copenhagen Conference on Strategic Management***, Denmark, December.

18. Doz, Y and Kosonen, M, (2008), “The Dynamics of Strategic Agility: Nokia’s Rollercoaster Experience”, ***California Management Review***, Vol. 50, No. 3: 95-118.
19. Fartash, Kiarash & Davoudi, Seyed Mehdi Mousavi, (2012), “The Important Role of Strategic Agility in Firms Capability and Performance”, ***International Journal of Engineering and Management Research***, Vol. 2, No. 3: 6 – 12.
20. Frigo, M. L, (2002), “Strategic Competencies of Return Driven Strategy”, ***Strategic Finance***, June: 6.
21. Gottschalk, P. & Solli-Sæther, H, (2007), “Maturity model for IT outsourcing relationships,” ***Industrial Management & Data Systems***, Vol. 106: 44-69.
22. Hosseini, Seyed Mahmood & Sheikhi, Narges, (2012), “An Empirical Examination of Competitive Capability's Contribution toward Firm Performance: Moderating Role of Perceived Environmental Uncertainty”, ***International Business Research***, Vol. 5, No. 5: 116 – 131.
23. Hosseini, Seyed Mahmood; Azizi, Shahriar & Sheikhi, Narges, (2012), “An Investigation on the Effect of Supply Chain Integration on Competitive Capability: An Empirical Analysis of Iranian Food Industry”, ***International Journal of Business and Management***, Vol. 7, No. 5: 73 – 90.
24. Idris, Wael Moh,d Subhi & AL-Rubaie, Methaq Taher Kadhim, (2013), “Examining the Impact of Strategic Learning on Strategic Agility”, ***Journal of Management and Strategy***, Vol. 4, No. 2.
25. Kosonen, Mikko, (2007), Strategic Agility for Continuous Renewal, ***European Paper Week Brussels***, www.stratmark.fi: 1-12

26. Koufteros, Xenophon A; Vonderembse, Mark A and Doll, William J, (2002), "Examining the Competitive Capabilities of Manufacturing Firms", ***Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal***, Vol.9, No.2: 256-282
27. Krajewski, Lee, J. & Ritzman, Larry, P, (2008), "***Operation Management: Strategy and Analysis***", 5th edition, Wesley Publishing Com, USA.
28. Kristal, Mehmet Murat; Huang, Xiaowen & Roth, Aleda V, (2010), "The effect of an ambidextrous supply chain strategy on combinative competitive capabilities and business performance", ***Journal of Operations Management***, Vol.28: 415–429.
29. Laudon, Kenneth C. and Laudon, Jane P., (2008), "***Management Information Systems: Managing the Digital Firm***", 8th ed, Prentice Hall, U.S.A.
30. Liu, Tsai-Lung, (2008), "Organization Learning and Social Network Market Orientation: The Role of Resource-Based View Strategy in Gaining Dynamic, Capabilities Advantage" On Line, Available at [.www. hicbusiness.org](http://www.hicbusiness.org).
31. Ljungquist, Urban, (2008), "Specification of core competence and associated components: a proposed model and a case illustration", ***European Business Review***, Vol.20, No.1: 73 – 90.
32. Lu, Ying & Ramamurthy, K. (Ram), (2011), "Understanding the link between Information Technology Capability and Organizational Agility: An empirical Examination", ***MIS Quarterly***, Vol. 35 No. 4: 931-954.
33. Macmillan, H & Mahan, T, (2010), "***Strategic Management***", Oxford University Published, USA.

34. Misdolea, Ruxandra, (2010), "Decision Support System and Customer Relationship Management as Components of the Cybernetic System Enterprise", ***Informatica Economica***, Vol.14, No.1: 201 – 207.
35. Moore, G. (2000), "***Living on the Fault Line: Managing for Shareholder Value in the Age of the Internet***", Harper Business Collins Publisher, New York
36. Ofoegbu, Onyema .E & Akanbi, Paul Ayobami, (2012), "The Influence of Strategic Agility on the Perceived Performance of Manufacturing Firms In Nigeria", ***International Business & Economics Research Journal***, Vol. 11, No.2: 153 – 160.
37. Ojha, Divesh, (2008), "Impact of Strategic Agility on Competitive Capabilities and Financial Performance", ***A Dissertation Presented to the Graduate School of Clemson University*** In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy Management.
38. Oyedijo, Ade, (2012),"Strategic Agility and Competitive Performance in the Nigerian Telecommunication Industry: An Empirical Investigation", ***Business and Management Review***, Vol. 1, No.12: 39 – 50.
39. Sekaran, Uma, (2003), "***Research Methods for Business***", John Wiley & Sons.
40. Smits, M. T, & Vanderpoel, K. G, & Ribbers, P. M. A, (2003), "***Informatin Strategic Assessment of Information Strategies In Insurance Companies***", 3rd ed.,Oxford University Press.
41. Stvilia, B., Gasser, L., Twidale, M., Shreeves, S., Cole, T, (2004), "Metadata quality for federated collections", ***In:Proceedings of ICIQ04*** – 9th International Conference on Information Quality. Boston: 111-125.

42. Sull, Donald & Bryant Ben, (2006), "Discussion for Strategic Agility", **Working Paper**: 1-6.
43. Tallon, Paul P & Pinsonneault, Alain, (2011), "Competing Perspectives on the link between Strategic Information Technology Alignment and Organizational Agility: Insights from A Mediation Model", **MIS Quarterly**, Vol. 35 No. 2:463-486.
44. Tracey. M, Vonderembse, M and Lim. J (2009), "Manufacturing Technology and Strategy Formulation: Keys to Enhancing Competitiveness and Improving Performance", **Journal of Operation Management**, Vol.17: 411-428.
45. Ward, John, and Joe Peppard, (2002), "**Strategic Planning for Information Systems**", 3rd ed, England, John Wiley & Sons Ltd.
46. Weill, Peter; Subramani, Mani and Broad Bent, Marianne. (2002), "Building IT Infrastructure for Strategic Agility", **MIT Sloan Management Review**, Vol.44, No.1: 57-65.

الملاحق

أولاً: أسماء السادة محكمي أداة الدّراسة (الإستبانة).

ثانياً: أداة الدّراسة (الإستبانة).

أولاً: أسماء السادة محكمي أداة الدّراسة (الإستبانة)

الرقم	اللقب العلمي والاسم	التخصص	مكان العمل
1	أ.د. كامل محمد المغربي	إدارة أعمال	الشرق الأوسط
2	د. ليث سلمان الربيعي	تسويق	الشرق الأوسط
3	د. حميد الشيبني	إدارة أعمال	الشرق الأوسط
4	د. سعود المحاميد	إدارة أعمال	الشرق الأوسط
5	د. كامل الحواجرة	إدارة أعمال	الشرق الأوسط

ثانياً: أداة الدّراسة (الإستبانة)

السادة الأفراد العاملين في شركات البرمجة والتصميم والتطوير في الأردن

تحية طيبة

تروم الباحثة القيام بدراسة بعنوان "أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل دراسة تطبيقية على شركة ألبا هاوس في الأردن". حيث تهدف الدّراسة إلى بيان أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخفة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل في شركة ألبا هاوس في الأردن.

نحن نشق بآرائكم وستكون هذه الآراء موضع اعتزاز وتقدير

الخصائص الديمغرافية لعينة الدّراسة

- (1) العمر
- | | | | |
|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | أقل من 30 سنة | <input type="checkbox"/> | من 30 – 34 سنة |
| <input type="checkbox"/> | من 35 – 39 سنة | <input type="checkbox"/> | 40 سنة فأكثر |
- (2) الجنس
- | | | | |
|--------------------------|-----|--------------------------|------|
| <input type="checkbox"/> | ذكر | <input type="checkbox"/> | أنثى |
|--------------------------|-----|--------------------------|------|
- (3) المؤهل العلمي
- | | | | |
|--------------------------|-----------|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | بكالوريوس | <input type="checkbox"/> | دبلوم عال |
| <input type="checkbox"/> | ماجستير | <input type="checkbox"/> | دكتوراه |
- (4) التخصص العلمي
- | | | | |
|--------------------------|-------------|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | علوم هندسية | <input type="checkbox"/> | علوم حاسوب |
| <input type="checkbox"/> | علوم إدارية | <input type="checkbox"/> | أخرى |
- (5) عدد سنوات الخبرة
- | | | | |
|--------------------------|----------------|--------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | 5 سنوات فأقل | <input type="checkbox"/> | من 6 – 10 سنوات |
| <input type="checkbox"/> | من 11 – 15 سنة | <input type="checkbox"/> | أكثر من 16 سنة |
- (6) المركز الوظيفي
- | | | | |
|--------------------------|------------|--------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | مدير | <input type="checkbox"/> | رئيس قسم |
| <input type="checkbox"/> | مشرف إنتاج | <input type="checkbox"/> | |

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات القدرات التنافسية

بدائل الإجابة					الفقرة	ت
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق		
(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
المرونة في إبداع المنتج						
					لدى الشركة القدرة على تطوير منتجات مصممة خصيصاً حسب رغبات العميل	16
					لدى الشركة القدرة على تطوير مميزات إضافية لمنتجاتها فريدة من نوعها	17
					لدى الشركة القدرة على تطوير عدد من المميزات الجديدة في منتجاتها	18
					لدى الشركة القدرة على تطوير عدد من المنتجات الجديدة	19
الجودة						
					لدى الشركة القدرة على تقديم المنتجات وفقاً لاحتياجات العملاء على مدى زمني بعيد	20
					لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات عالية القيمة لعملائها	21
					لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات آمنة الإستخدام تليبي احتياجات العملاء	22
					لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات موثوقة تليبي احتياجات العملاء	23
					لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات ذات عمر زمني طويل تليبي احتياجات العملاء	24
					لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات ذات جودة عالية تليبي حاجات وتوقعات العملاء	25
					لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات عالية الأداء تليبي احتياجات العملاء	26
إعتمادية التسليم						
					لدى الشركة القدرة على تقديم منتجات موثوق بها	27
					لدى الشركة القدرة على تسليم منتجاتها في الوقت المحدد	28
					لدى الشركة القدرة على تقديم أنواع عديدة من المنتجات في الوقت المحدد	29
					لدى الشركة القدرة على إيصال الكمية المطلوبة من المنتجات في الوقت المناسب	30

بدائل الإجابة					الفقرة	ت
أوفق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق		
(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
السعر التنافسي						
					لدى الشركة القدرة على تقديم أسعار منخفضة	31
					لدى الشركة القدرة على تقديم أسعار تنافسية	32
					لدى الشركة القدرة على المنافسة على أساس السعر	33
					لدى الشركة القدرة على تقديم أسعار تنافسية مقارنة مع الشركات الأخرى	34

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات الحفزة الإستراتيجية

بدائل الإجابة					الفقرة	ت
أوفق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق		
(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
					تسعى إدارة الشركة إلى إشراك العاملين بشكلٍ واسع في صياغة إستراتيجياتها	35
					أؤمن بقدرة إدارة الشركة على إحداث التوازن في تركيزها على الأحداث القريبة والبعيدة	36
					تهتم إدارة الشركة بمواجهة التحديات البيئية ذات الآثار المباشرة على نشاطاتها	37
					توجه إدارة الشركة باستمرار نحو فهم سلوكيات العملاء واحتياجاتهم لضمان تحقيق السبق الإستراتيجي	38
					أؤمن بأن إدارة الشركة تتقبل الأفكار المتأتية من خارجها وتحرص على مناقشتها باستمرار	39
					أحظ سعي إدارة الشركة المستمر للتعرف على منتجات المنظمات المماثلة لتوجه أداؤها المستقبلي وتخرج من إطار الروتينية في أعمالها	40
					أؤمن بحرص إدارة الشركة المستمر لامتلاك البقطة الإستراتيجية بالأساليب الجديدة في العمل كالأنظمة والتقنيات والتعاون مع الآخرين	41
					تميز إدارة الشركة بامتلاكها لآليات التفكير المنظم والحديث والقدرة للمبادرة	42
					أؤمن بامتلاك إدارة الشركة القدرة على المعرفة المسبقة بمقدار استجابة السوق لمنتجاتها	43
					يمتلك الأفراد العاملين في الشركة قدرة على تغيير مسارات أفكارهم بحسب متطلبات المواقف المختلفة للتكيف مع الظروف الجديدة	44